

RAPPORTO SULLA DISTRIBUZIONE DEI TABACCHI LAVORATI IN ITALIA

REALIZZATO DA FEDERAZIONE ITALIANA TABACCAI E LOGISTA ITALIA SpA

III Rapporto

2017

I dati forniti nel presente Rapporto, dove non diversamente specificato, si riferiscono a fonte Logista Italia e Federazione Italiana Tabaccai (FIT).

Tutti i quantitativi indicati si riferiscono alle quantità nette convenzionali dei prodotti del tabacco.

Tutti i diritti sono riservati. È consentita la riproduzione parziale, a fini non commerciali, previa autorizzazione scritta di Federazione Italiana Tabaccai e Logista Italia SpA con citazione della fonte.

SOMMARIO

PREFAZIONE	5
Capitolo 1	
LA RETE DISTRIBUTIVA DEI TABACCHI LAVORATI IN ITALIA	9
1. Tratti distintivi della distribuzione del tabacco in Italia	9
2. La distribuzione primaria: un sistema efficiente e sicuro	9
3. La distribuzione secondaria: la rete dello Stato	12
Capitolo 2	
IL MERCATO DEI TABACCHI LAVORATI IN ITALIA	21
1. Un quadro generale	21
2. L'andamento generale del mercato	22
3. Le categorie dei prodotti del tabacco	24
3.1. I nuovi prodotti	27
4. La Direttiva tabacco	27
4.1. Le referenze dei prodotti del tabacco	30
4.2. L'avvicendamento sul mercato prodotti conformi/non conformi e gli impatti sulla rete	31
5. L'analisi territoriale	32
5.1. Analisi per categoria di prodotto	36
6. Il mercato illecito dei tabacchi	48
7. La vendita in tabaccheria	51
7.1. Le classi di aggio	52
7.2. Il reddito della tabaccheria	54
Capitolo 3	
SCENARI FUTURI	59
1. Introduzione	59
2. Lotta all'illecito	59
3. Tracciabilità	60
4. <i>Plain Packaging</i>	61
5. Nuovi prodotti e scenari evolutivi	62
5. Conclusioni	63
Appendice	65
<i>L'analisi degli aggi medi delle tabaccherie</i>	65
<i>L'analisi delle principali componenti contabili delle tabaccherie</i>	66

Nella storia il tabacco è stato canale di comunicazione tra popoli e divinità, genere di conforto per i soldati, strumento diplomatico, mezzo di emancipazione per le donne e, infine, fonte di ispirazione per gli scrittori di tutti i tempi, da Baudelaire a Hemingway fino al nostro Camilleri.

Oggi il mondo del tabacco è complesso, ricco di significati ed in continua evoluzione, così come dimostrano gli importanti interventi del legislatore a livello nazionale ed europeo.

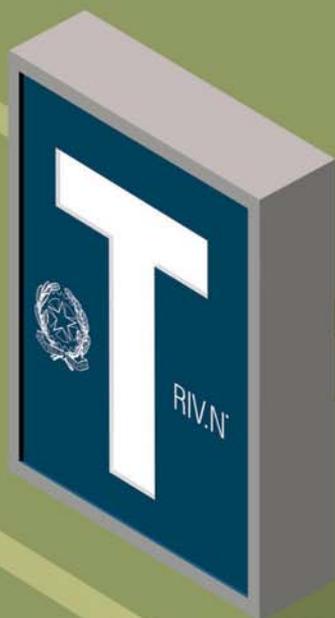
Con questo rapporto, Logista Italia e Federazione Italiana Tabaccai descrivono la filiera distributiva e il mondo del tabacco nei suoi molteplici aspetti, fornendo chiavi di lettura del presente e spunti di riflessione per il futuro.

Vi auguriamo una buona lettura.

Federazione Italiana Tabaccai

Logista Italia SpA

LA DISTRIBUZIONE



55 mila rivendite

1 rivendita ogni 1.109 abitanti

140 mila addetti

15 mln di clienti al giorno

SICUREZZA/TECNOLOGIA IN UN'OTTICA DI MASSIMA EFFICIENZA

siti distributivi 156

addetti 2 mila

OGNI ANNO

kg di prodotti distribuiti 78 mln

ordini evasi 28 mln

ordini a domicilio 15 mln

OGNI GIORNO

scatole al giorno 26 mila



LA RETE DISTRIBUTIVA DEI TABACCHI LAVORATI IN ITALIA

1. Tratti distintivi della distribuzione del tabacco in Italia

Il sistema distributivo del tabacco rappresenta la fase intermedia della filiera, fungendo da raccordo tra le manifatture e il consumatore finale. Il flusso distributivo che dalle manifatture giunge fino alle tabaccherie è gestito da Logista Italia¹, il principale operatore della distribuzione primaria del tabacco. La fase distributiva secondaria, che riguarda la vendita al consumatore finale, fa capo alle rivendite di generi di monopolio, rappresentate dalla Federazione Italiana Tabaccai, la principale associazione di categoria del settore.

Il tabacco è un prodotto con caratteristiche uniche, che ha standard qualitativi e sanitari stringenti, è oggetto a tassazione incisiva ed è un prodotto ad accesso limitato. Il settore è, dunque, soggetto ad una stringente regolamentazione, dovuta anche alla peculiarità del prodotto, tale da garantire la più ampia tutela della salute pubblica e la certezza di entrate erariali.

La rete si basa su un sistema di depositi fiscali e rivendite autorizzate, che devono soddisfare specifici requisiti oggettivi e soggettivi e rispettare precisi obblighi amministrativi.

Trasparenza, neutralità, capillarità e prossimità del servizio costituiscono gli essenziali principi guida che caratterizzano il sistema distributivo del tabacco italiano, una rete controllata e sicura in grado di perseguire i sottesi interessi pubblici.

2. La distribuzione primaria: un sistema efficiente e sicuro

Logista Italia gestisce la rete distributiva del tabacco ed è l'anello di congiunzione tra produttori e rivenditori. La neutralità, la prossimità del servizio e un'offerta ad alto valore aggiunto ai propri partner commerciali, hanno permesso di realizzare un sistema sicuro ed efficiente.

A conferma dell'affidabilità che caratterizza il sistema, Logista Italia si occupa anche della riscossione e del versamento delle imposte gravanti sul tabacco, con una puntuale interazione con l'Amministrazione finanziaria.

La rete di Logista Italia è ramificata in 156 Depositi Fiscali: 8 Depositi Territoriali che riforniscono 148 tra Depositi Locali e *Transit Point*. Logista Italia e i suoi 2.000 addetti riescono a distribuire annualmente circa 80 milioni di chili di prodotti di tabacco.

¹ Vi sono altri 11 Depositari autorizzati che curano la distribuzione di prodotti di nicchia

La Rete

- 8 depositi territoriali interregionali
- 148 depositi locali
- 2.000 addetti

I Numeri

- 78 milioni di chili distribuiti
- 2,8 milioni di ordini evasi
- 1,5 milioni di consegne a domicilio

I depositi, con una superficie complessiva di 200.000 metri quadri di area fiscale, svolgono le attività di stoccaggio, acquisizione degli ordini, inscatolamento, pesatura, controllo, etichettatura, chiusura colli, pallettizzazione e consegna.

I Depositi Territoriali provvedono a trasferire i prodotti ai depositi fiscali o ad allestire e trasferire la consegna per le tabaccherie, direttamente o tramite i 75 *Transit Point*.

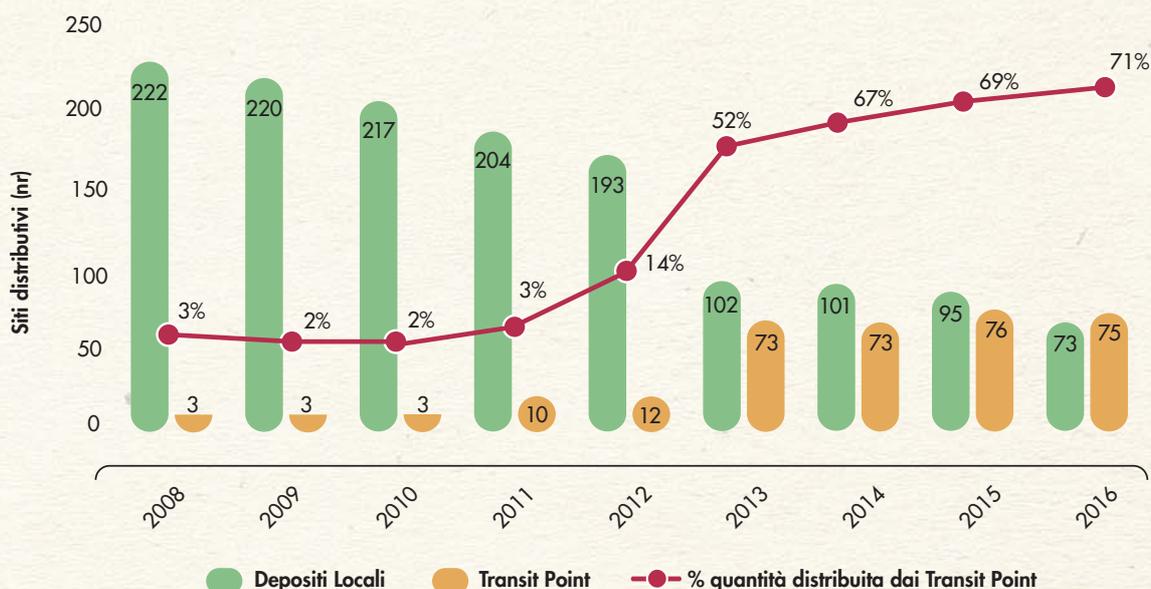
Rete distributiva primaria



Le attività descritte sono svolte con tecnologie avanzate e strumenti innovativi che permettono l'allestimento giornaliero di 26.000 scatole e l'uscita quotidiana di 300.000 chili di prodotto, assicurando 80.000 ore di vigilanza locale e 65.000 ore di sorveglianza da remoto.

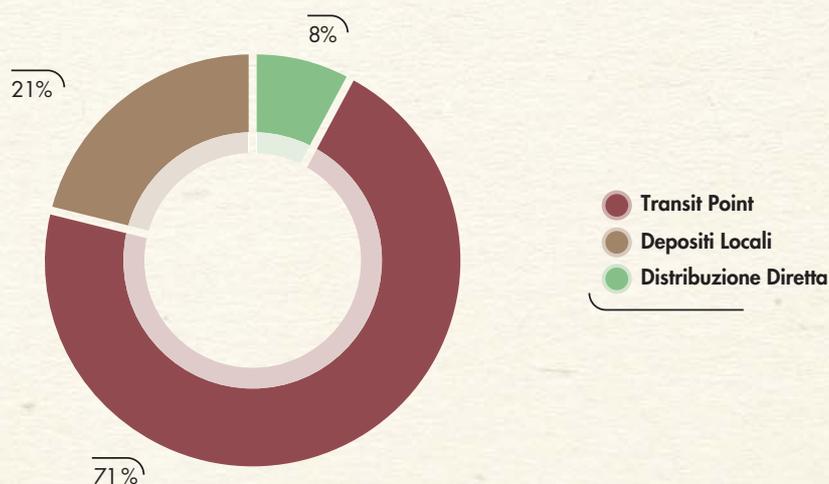
Il sistema distributivo primario è caratterizzato anche dalla centralizzazione degli allestimenti e dalla gestione degli ordini attraverso *Transit Point* – le nuove piattaforme distributive che ricevono le consegne già allestite dai depositi territoriali e si occupano della consegna alle rivendite con conseguente ottimizzazione dei tempi e dell'efficienza delle attività.

Evoluzione centralizzazione degli allestimenti e distribuzione attraverso i *Transit Point*



Nel 2016, la centralizzazione degli allestimenti ha interessato il 71% dei volumi distribuiti.

Percentuale volumi distribuiti per tipo di sito distributivo



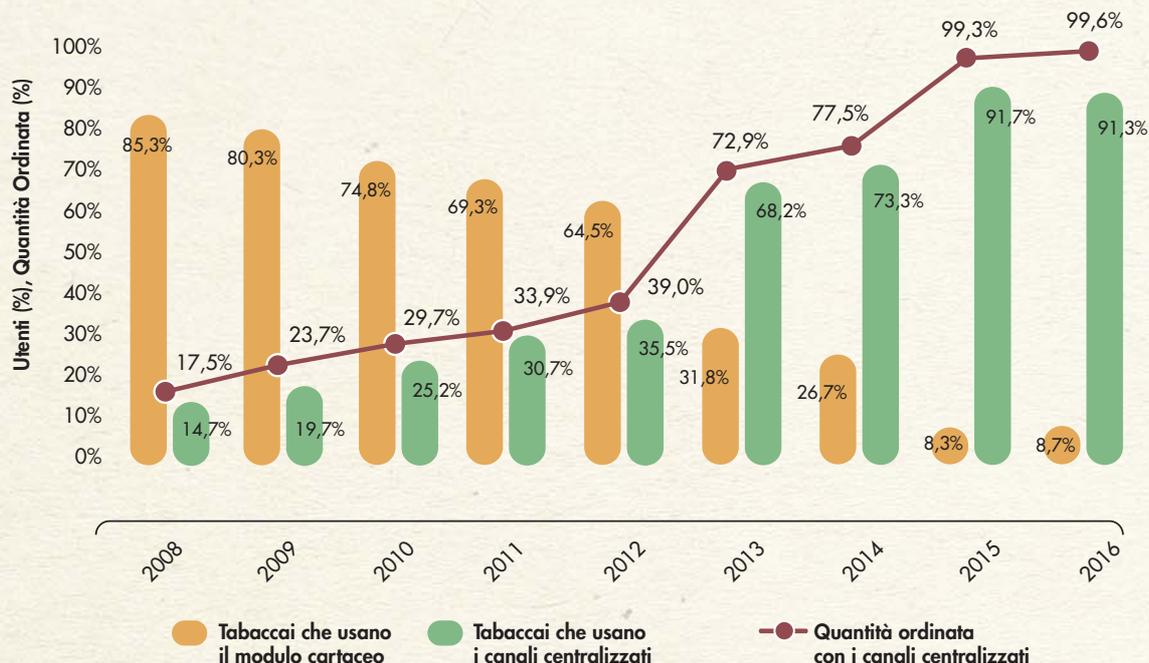
Il Trasporto Garantito, inoltre, completa la distribuzione, assicurando la consegna dell'ordine direttamente in tabaccheria e garantendo, in caso di furti o sinistri, il recapito dell'ordine entro 24 ore senza costi aggiuntivi o tempi di attesa per il rimborso.

Negli ultimi anni, inoltre, si sono ampliate le formule distributive grazie a 18 aree *Cash&Carry* per l'approvvigionamento *in self*, per rispondere alle urgenze dei tabaccai. Il cliente è attentamente servito anche dal servizio di *Call Center* che, oltre a dare supporto ai produttori, ai tabaccai e ai gestori dei depositi, prevede linee specifiche per l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, per la Guardia di Finanza e per le Forze dell'Ordine.

Accanto alla centralizzazione degli allestimenti, anche la raccolta e la gestione degli ordini hanno subito un processo di completa modernizzazione, puntando sempre all'innovazione e al continuo miglioramento. Infatti, oggi le rivendite possono usufruire di efficienti strumenti centralizzati, come il Portale Web, il Gestionale Logista, oltre all'ordine via fax.

Il Portale Web permette al tabaccaio di gestire l'ordine dal proprio computer e il gestionale Logista consente la gestione automatizzata e personalizzata degli ordini, generando delle proposte di ordine, in base alle vendite registrate e alle scorte, che il rivenditore potrà controllare, confermare o modificare prima dell'invio.

Evoluzione centralizzazione dell'ordine



Come già accennato, Logista Italia è soggetto autorizzato preposto alla riscossione e al versamento in favore dell'Erario delle imposte che gravano sui tabacchi, per un importo pari a circa 14 miliardi di euro annui.

Tale attività presuppone un sistema adeguato e una rete controllata e sicura. In tal senso, infatti, il sistema informatico centralizzato per la gestione dei dati implementato da Logista Italia e la tracciatura delle movimentazioni fisiche e contabili del prodotto, consentono la puntuale condivisione dei flussi amministrativi e contabili con l'Amministrazione finanziaria.

Tali caratteristiche, unite all'elevata professionalità degli operatori e alla solidità finanziaria di Logista Italia, la rendono un soggetto pienamente affidabile per lo Stato, a garanzia della piena trasparenza e certezza nella riscossione e nel versamento delle imposte.

3. La distribuzione secondaria: la rete dello Stato

La vendita al dettaglio dei tabacchi è affidata alle rivendite di generi di monopolio cui lo Stato, in virtù di un apposito titolo concessorio, demanda la distribuzione al pubblico dei prodotti del tabacco.

Attraverso la rete delle tabaccherie ed in conformità alle prescrizioni di settore nazionali, comunitarie ed internazionali, lo Stato eroga il tabacco in modo controllato, garantendo all'utenza un servizio capillarmente diffuso sul territorio e certificato secondo standard di sicurezza ed affidabilità in linea con la domanda.

La particolare natura del prodotto tabacco, la cui accessibilità al pubblico presuppone limitazioni riconducibili alla necessità di preservare la popolazione più a rischio dalle possibili conseguenze derivanti dal tabagismo e le esigenze di tutela sia degli interessi erariali che della salute pubblica connesse alla vendita al dettaglio, implicano una rigorosa e puntuale regolamentazione dell'attività e dell'intera materia.

È proprio nell'opportunità di conciliare tali interessi di carattere generale che trova la propria collocazione la rete delle tabaccherie ed il complesso di norme e prescrizioni volte a disciplinarne rigorosamente l'ubicazione, l'assegnazione e la gestione delle rivendite in ogni suo aspetto.

Le tabaccherie sono esercizi ad alta capillarità, con caratteristiche uniche in termini di diffusione sul territorio, dedite all'attività di vendita al dettaglio dei tabacchi, ma che nel tempo, grazie alla propria connotazione in termini di affidabilità e professionalità, sono diventate punto di riferimento per la Pubblica Amministrazione e per le imprese, nella veicolazione all'utenza di beni e servizi.

La Rete

- 54.725 tabaccherie
- 140.000 addetti

I Numeri

- 15 milioni di clienti giornalieri

Rappresentano un presidio essenziale sul territorio che si distingue da altre realtà commerciali per prossimità al cliente, diffusione e per integrazione rispetto ad ogni contesto demografico di riferimento, presente su tutto il territorio con una diffusione assolutamente unica nella realtà del nostro Paese.

Rete distributiva secondaria



Nel 95% dei comuni italiani è presente e regolarmente funzionante almeno 1 tabaccheria ed il rapporto rivendite attive/popolazione è pari ad 1 ogni 1.109 abitanti.

Per effettuare una comparazione con altre reti considerate ampiamente diffuse sul territorio nazionale, si pensi che esiste 1 sportello bancario ogni 2.090 abitanti e 1 ufficio postale ogni 4.722 abitanti.

La capillarità delle tabaccherie

54.725
TABACCHERIE

29.027
SPORTELLI BANCARI

12.845
UFFICI POSTALI



1 OGNI
1.109
ABITANTI



1 OGNI
2.090
ABITANTI



1 OGNI
4.722
ABITANTI

Dalla comparazione dei dati riferibili al 2015 emerge tuttavia una leggera flessione del numero delle tabaccherie attive che, per la prima volta dopo molti anni, scendono sotto la soglia delle 55.000 unità, nonostante nel corso del 2016 ne siano state istituite 227 nuove.

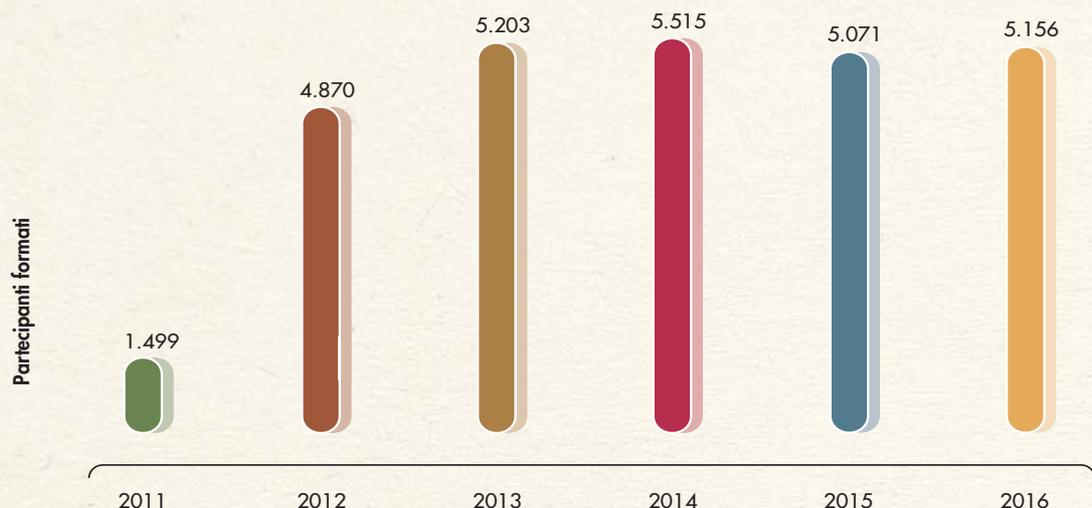
Tale dato conferma la particolarità della rete che, come meglio specificato in seguito, è funzionale a soddisfare la domanda del mercato assumendo un dimensionamento tale da non implicare, neanche in forma indiretta, una sollecitazione al consumo.

Distribuzione delle tabaccherie nelle regioni italiane 2015-2016

Regione	Tabaccherie attive 2015	Tabaccherie attive 2016	Delta tabaccherie attive 2015-2016	Popolazione residente (Istat 2016)	Rapporto popolazione/tabaccherie attive 2016
Abruzzo	1.705	1.697	-8	1.326.513	782
Basilicata	722	717	-5	573.694	800
Calabria	2.337	2.335	-2	1.970.521	844
Campania	4.640	4.639	-1	5.850.850	1.261
Emilia-Romagna	4.334	4.292	-42	4.448.146	1.036
Friuli-Venezia Giulia	1.332	1.305	-27	1.221.218	936
Lazio	4.965	4.942	-23	5.888.472	1.192
Liguria	1.612	1.595	-17	1.571.053	985
Lombardia	7.434	7.382	-52	10.008.349	1.356
Marche	1.810	1.797	-13	1.543.752	859
Molise	447	438	-9	312.027	712
Piemonte	3.692	3.667	-25	4.404.246	1.201
Puglia	3.171	3.166	-5	4.077.166	1.288
Sardegna	1.501	1.495	-6	1.658.138	1.109
Sicilia	4.115	4.110	-5	5.074.261	1.235
Toscana	4.217	4.184	-33	3.744.398	895
Trentino-Alto Adige	1.116	1.108	-8	1.059.114	956
Umbria	1.187	1.178	-9	891.181	757
Valle d'Aosta	145	142	-3	127.329	897
Veneto	4.602	4.536	-66	4.915.123	1.084
Italia	55.084	54.725	-359	60.665.551	1.109

Sono anche e soprattutto esercizi altamente qualificati e formati, non ultimo alla luce dei requisiti soggettivi di onorabilità, affidabilità e di idoneità professionale la cui sussistenza è obbligatoriamente prevista in capo al titolare. Significativo è l'obbligo di conseguire l'idoneità professionale all'esercizio dell'attività di rivenditore che la legge impone sia al titolare che ai coadiutori, all'atto della prima assegnazione e ad ogni successivo rinnovo della concessione. Tale idoneità viene riconosciuta dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli attraverso un vero e proprio esame sostenuto dagli interessati all'esito di un corso di formazione che, alla fine del 2016, ha coinvolto circa 27.000 soggetti tra titolari e coadiutori.

Formazione obbligatoria dei tabaccai



Si pongono all'esterno come esercizi multiservizi, sia nei confronti delle imprese e della Pubblica Amministrazione, di cui veicolano prodotti e servizi e sia verso l'utenza che li identifica come esercizi di riferimento non solo per l'acquisto di tabacco e dei prodotti di gioco pubblico, ma anche, di valori bollati, di ricariche telefoniche e per il pagamento dei bollettini postali/bancari, attività queste, al pari delle altre, svolte in tabaccheria nel rispetto dei più elevati standard di sicurezza ed affidabilità.

Prodotti e servizi maggiormente acquistati in tabaccheria²



² "Osservatorio sulle tabaccherie 2016" – Indagine realizzata da Format Research per conto della Federazione Italiana Tabaccai

Il sistema risponde pienamente alla necessità da parte dello Stato di dotarsi di canali distributivi nel settore del tabacco costantemente controllati e controllabili e, al contempo, distribuiti e collocati sul territorio.

Tutto ciò ha rappresentato una risposta chiara del Legislatore alla sempre maggiore sensibilità registrata a livello statale, e prima ancora a livello internazionale³, verso l'opportunità (o, ancor meglio, la necessità) di adottare misure che potessero equilibrare in modo corretto il livello dell'offerta.

Un sistema affidabile, quindi, attraverso il quale viene percepita una parte cospicua del gettito erariale e che risponde a criteri di razionalità ed economicità tali da consentirne un costante monitoraggio. Tutto ciò senza deludere, da un lato, i principi del mercato e della concorrenza e, dall'altro, l'esigenza della tutela della salute pubblica e, in particolare, dei minori.

Un sistema che, con la sua rete ben articolata e polivalente, composta da rivenditori responsabili, incontra anche il gradimento della cittadinanza.

Infatti, nel corso del 2016 la Federazione Italiana Tabaccai ha commissionato un'indagine (vedi nota 2) su un campione rappresentativo della popolazione italiana (2.000 frequentatori delle tabaccherie), con l'obiettivo di approfondire l'opinione degli intervistati sull'immagine della tabaccheria e del tabaccaio, sulla sua evoluzione e sulla percezione del ruolo sociale di questo esercizio così peculiare.

I risultati fanno emergere una sempre più consolidata immagine positiva del tabaccaio, come punto di riferimento per la comunità (circa il 66% degli intervistati) ed aggregatore sociale sul territorio (circa l'80% degli intervistati).

Quasi il 60% degli intervistati si rivolge ad una tabaccheria di fiducia – vicino alla propria abitazione o al luogo di lavoro – e il 92,7% si ritiene soddisfatto per l'insieme dei servizi ivi offerti. In aggiunta, oltre 8 intervistati su 10 ritengono che le tabaccherie hanno ampi orari di apertura, sono ben organizzate e efficienti, sono flessibili nel risolvere i problemi, gestite da persone di fiducia e molto competitive nell'offerta. Ed anche l'immagine del tabaccaio risulta positiva: 8 intervistati su 10 lo ritengono "rispettoso della legge", affidabile ed informato.

Le interviste fanno anche emergere le tabaccherie come rete fisica unica nel suo genere, tant'è vero che il 72% degli intervistati si sentirebbe a disagio se nel quartiere dovesse scomparire la rivendita tabacchi.

Una caratteristica degna di nota per la categoria dei rivenditori di generi di monopolio riguarda l'età anagrafica del titolare che si attesta su una media di 49 anni, con un'anzianità lavorativa in tabaccheria di circa 18 anni; espressione di una categoria giovane, incline sia all'innovazione nei prodotti che all'introduzione di nuove tecnologie.

Al contempo, la categoria si contraddistingue per un elevato grado di identificazione con il proprio lavoro che si riflette anche sulla continuità gestionale dell'azienda. Gran parte delle tabaccherie italiane, infatti, è gestita a livello familiare e tramandata nel tempo.

³ L'Italia con la Legge 18 marzo 2008 n.75 ha ratificato e reso esecutiva la Convenzione quadro dell'Organizzazione Mondiale della Sanità - OMS - per la lotta al tabagismo, sottoscritta a Ginevra il 21 maggio 2003 che prevede l'adozione di misure volte alla riduzione dell'offerta di tabacco

IL MERCATO

EVOLUZIONE
DEL GETTITO
ERARIALE
DA TABACCO
2008-2016
(milioni di Euro)



- Sigarette
- Trinciati per sigarette
- Sigari
- Sigaretti
- Altri tabacchi

25,3%

15,9%

23,9%

34,9%

PERCENTUALE
DEI VOLUMI
DISTRIBUITI
PER MACROAREE

92,0%

5,5%

0,4%

1,0%

1,1%

COMPOSIZIONE
DEL MERCATO DEI
TABACCHI LAVORATI

IL MERCATO DEI TABACCHI LAVORATI IN ITALIA

1. Un quadro generale

Il mercato del tabacco ha registrato anche nel 2016 un andamento negativo sia in termini di volumi che di valore. Le condizioni economiche generali degli ultimi anni, peraltro, rappresentano solo uno dei fattori che hanno inciso sul settore.

In particolare, per il tabacco l'aspetto regolamentare gioca un ruolo fondamentale e la recente approvazione della Direttiva 2014/40/UE è intervenuta in modo stringente su diversi aspetti del comparto: dagli ingredienti, al confezionamento fino alla circolazione del prodotto. Nonostante tali rigorose disposizioni si osserva, a ben vedere ancor prima dell'effettiva applicazione delle stesse, una sempre maggiore diffusione a livello comunitario e internazionale di iniziative che rivelano in molti casi una visione incompleta del settore e delle caratteristiche dello stesso.

È opportuno, inoltre, ampliare ulteriormente il raggio d'osservazione al fine di comprendere la molteplicità dei fattori che contribuiscono alla configurazione del mercato del tabacco: non solo la regolamentazione di settore e le sempre più frequenti iniziative di contrasto al tabagismo, ma anche gli interventi normativi in materia di fiscalità, le politiche commerciali adottate dai produttori, le politiche a difesa della salute pubblica, nonché i fenomeni illeciti quali contrabbando e contraffazione.

È evidente, dunque, che quello del tabacco rappresenta un mercato complesso in costante evoluzione nel quale, senza alcuna sovvenzione pubblica e nonostante gli andamenti fortemente negativi degli ultimi anni, continuano, rafforzati, gli investimenti e l'impegno nella ricerca e nell'innovazione, per assicurare la sostenibilità e la valorizzazione del settore.

In questo senso, il 2015 era apparso come un primo passo per l'inizio di un percorso di ripresa del mercato, dopo il pesante calo subito negli anni precedenti, facendo registrare risultati che, seppur ancora non sufficientemente incisivi, potevano preludere alla riconduzione del mercato ad un nuovo graduale equilibrio.

Tale condizione, per essere effettiva e solida, avrebbe dovuto trovare continuazione anche negli anni successivi. L'analisi dei risultati 2016, invece, evidenzia un nuovo calo del mercato sia in termini di volumi che di valore, segnando, dunque, una battuta d'arresto rispetto al 2015. Del resto, occorre considerare che nel corso del 2016 non si è assistito a nuovi interventi fiscali, diversamente da quanto accaduto nel 2015 e nel contempo, è stata ap-

plicata la direttiva tabacco, che ha progressivamente influenzato il *trend* negativo in corso, raggiungendo, come si vedrà, risultati particolarmente incisivi soprattutto negli ultimi mesi.

Se il 2015, dunque, ha rappresentato un anno di transizione, con l'applicazione del nuovo provvedimento fiscale di settore (d.lgs. 188/2014) e il completamento dei lavori di recepimento della nuova direttiva tabacco, il 2016 avrebbe dovuto costituire l'anno del consolidamento di un percorso di stabilizzazione del mercato, quantomeno con la conferma del *trend* registrato nell'anno precedente, attese che non appaiono soddisfatte e che conducono a rappresentare un mercato ancora alla ricerca di equilibrio.

2. L'andamento generale del mercato

L'andamento generale del mercato 2016 ha registrato un calo sia rispetto ai volumi venduti che rispetto al valore, con una contrazione pari rispettivamente all'1,9% e allo 0,1%. Tali risultati rivelano un'involuzione rispetto al 2015, ove i volumi hanno subito una riduzione più contenuta, pari allo 0,5%, mentre il valore ha registrato un incremento del 2,8% rispetto all'anno precedente.

Per comprendere l'effettiva rilevanza di tale calo, è necessario confrontare i dati più recenti con l'andamento degli anni precedenti.

Le dinamiche di mercato che avevano caratterizzato gli anni 2008-2011, immediatamente antecedenti al tracollo degli anni 2012-2013, infatti, hanno evidenziato un costante e graduale calo dei volumi di vendita, pari all'1,6% medio annuo, con un *trend* in aumento in termini di valore pari mediamente all'1,8% all'anno.

Il 2015, seppur con risultati diversi, ha riproposto tali dinamiche. Inoltre, l'aumento in termini di valore che ha caratterizzato il 2015, acquisisce particolare importanza per la completa inversione di tendenza che si rileva confrontando l'andamento del periodo precedente: tra il 2012 e il 2013, infatti, in un solo biennio si è registrato un tracollo dei volumi distribuiti equivalente al 5,9% medio annuo, corrispondente a più di 10 milioni di chili e una perdita di valore di circa 1 miliardo di euro.

Evolutione vendita tabacchi lavorati in quantità 2008-2016



Evoluzione vendita tabacchi lavorati in valore 2008-2016



Dai risultati 2016, invece, si osserva che, da una parte, sono stati distribuiti 1,5 milioni di chili in meno rispetto al 2015, anno che già aveva registrato un calo di circa 500 mila chili e, dall'altra, l'andamento positivo in termini di valore del 2015 non solo non è stato mantenuto, ma è stato altresì annullato dal calo dello 0,1% del 2016, pari a 15 milioni di euro.

Evoluzione vendita tabacchi lavorati in quantità e valore 2008-2016



Per quanto riguarda l'impatto di tali risultati in termini di fiscalità, si rileva che nel 2016 anche l'andamento del gettito erariale, dopo il *trend* in crescita registrato nel 2015 di circa il 3%, per un valore di 430 milioni di euro, non solo non mantiene il livello di entrate dell'anno precedente, ma registra una riduzione dello 0,5% pari a circa 70 milioni di euro.

Evoluzione gettito erariale 2008-2016

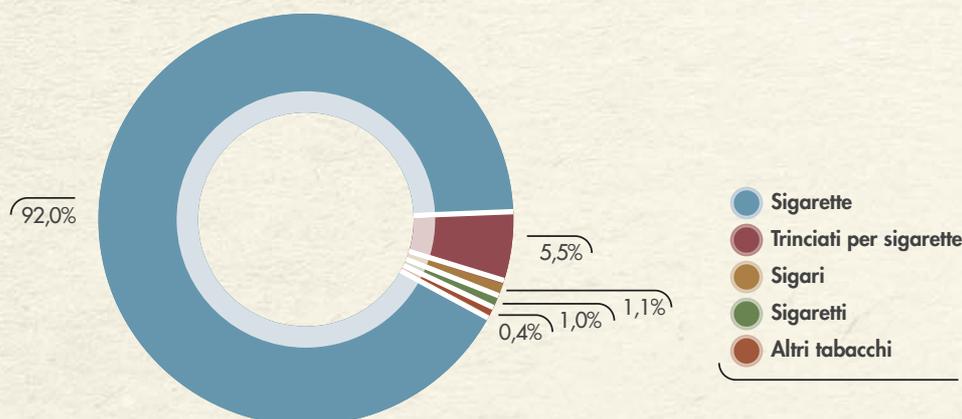


Alla luce di tali considerazioni, i dati del 2016 risultano ancor più rilevanti, disattendendo le attese delineatesi sull'andamento del mercato dell'anno precedente, in base al quale si erano potuti intravedere timidi segnali di ripresa, e restituendo al contrario un mercato ancora una volta alla ricerca di stabilità ed equilibrio, prefigurando di conseguenza possibili scenari critici per l'intero settore.

3. Le categorie dei prodotti del tabacco

Per quanto riguarda le categorie dei prodotti del tabacco, si rileva che le sigarette, con una quota del 92% (72 milioni su oltre 78 milioni di chili venduti) hanno una posizione predominante rispetto alle altre categorie: trinciati per sigarette, sigari, sigaretti e altri tabacchi.

Composizione mercato tabacchi lavorati



Valori e volumi distribuiti per categoria di prodotto 2015 -2016

Categoria	2015		2016		VARIAZIONE 2016-2015			
	Quantità* (Kg)	Valore (Mln €)	Quantità* (Kg)	Valore (Mln €)	Quantità (Kg)	(%)	Valore (Mln €)	(%)
Sigarette	73.824.960	17.251,59	72.052.702	17.172,23	-1.772.257	-2,4%	-79,36	-0,5%
Trinciati per Sigarette	4.107.005	788,64	4.269.413	830,54	162.409	4,0%	41,90	5,3%
Sigari	859.844	180,93	869.651	183,75	9.807	1,1%	2,81	1,6%
Sigaretti	774.685	79,47	795.851	81,59	21.166	2,7%	2,12	2,7%
Altri tabacchi	266.848	38,33	339.397	56,20	72.549	27,2%	17,87	46,6%
Totale	79.833.341	18.338,96	78.327.015	18.324,30	-1.506.326	-1,9%	-14,66	-0,1%

* Il dato comprende tutti i volumi complessivamente movimentati

Le sigarette registrano un calo dei volumi del 2,4% equivalente a oltre 1,7 milioni di chili e ad una diminuzione del valore di 0,5% nel 2016 rispetto all'anno precedente. Tali dati si inseriscono nell'ambito del *trend* decrescente dei volumi e dei valori che caratterizza questa categoria di prodotto.

Andamento mercato sigarette 2008-2016



Il quadro generale negativo è, in qualche modo, mitigato dall'andamento delle altre categorie. I trinciati per arrotolare le sigarette registrano un aumento del 4% dei volumi e del 5,3% del valore nel 2016, confermando il *trend* positivo che si osserva a partire dal 2014 per questa categoria.

Andamento mercato trinciati per arrotolare le sigarette 2008-2016



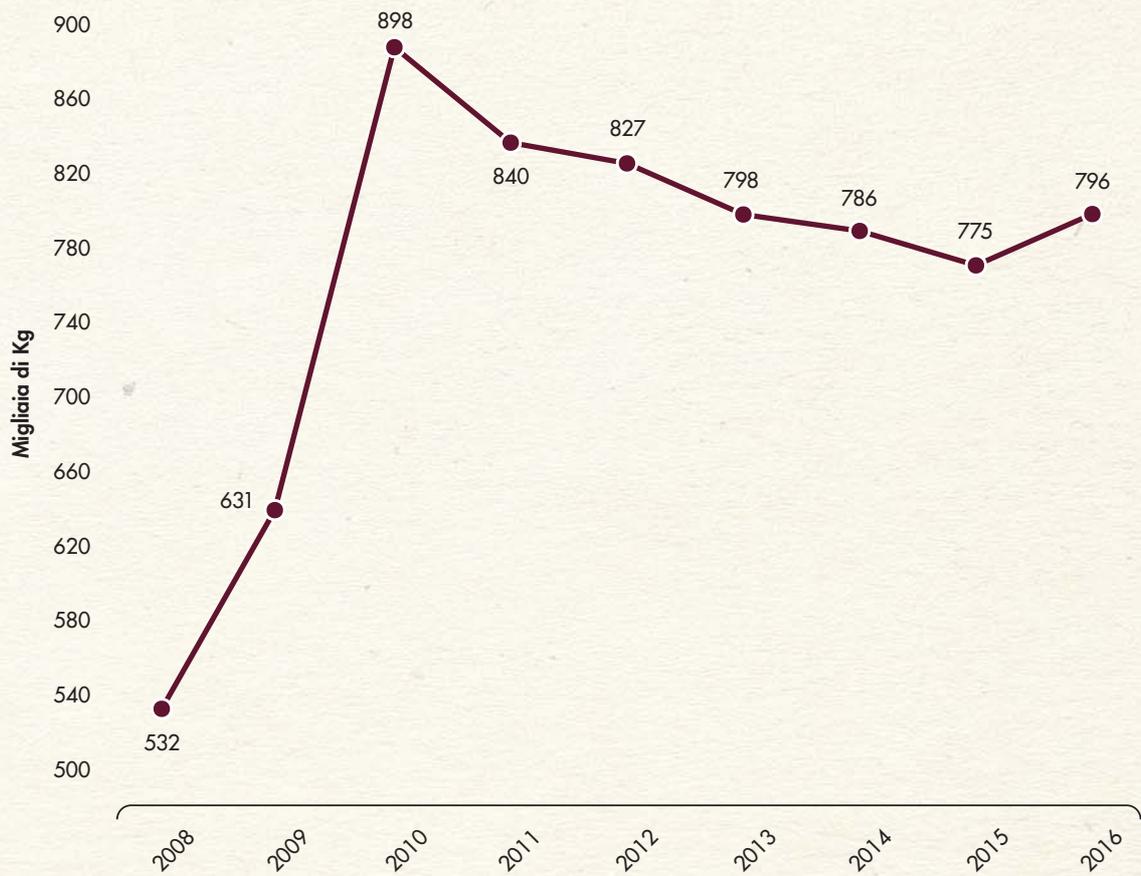
I sigari registrano un aumento del 1,1% nell'ultimo anno, equivalente a quasi 10 mila chili distribuiti rispetto all'anno precedente, dopo la battuta d'arresto nel 2013 che ha fatto seguito ad un andamento particolarmente positivo soprattutto nel biennio 2010-2012.

Andamento mercato sigari 2008-2016



I sigaretti hanno registrato un *trend* molto peculiare, in crescita esponenziale fino al 2010, hanno successivamente avuto un andamento decrescente fino al 2015. Nel 2016 si osserva, invece, un nuovo aumento del 2,7% corrispondente a oltre 20 mila chili venduti.

Andamento mercato sigaretti 2008-2016



Per queste ultime due categorie (sigari e sigaretti) si osserva nel 2016 un aumento di valore equivalente rispettivamente all'1,6 e al 2,7% rispetto al 2015.

3.1. I nuovi prodotti

Di fronte all'andamento del mercato, particolarmente negativo, degli ultimi anni assumono ancora maggiore rilevanza gli investimenti condotti dai principali operatori del settore nella ricerca e nell'innovazione, soprattutto per i prodotti di nuova generazione.

La crescente diffusione a cui si assiste con riferimento sia ai tabacchi da inalazione senza combustione che alle sigarette elettroniche, evidenzia che tali prodotti rappresentano una nuova, importante prospettiva per il mercato, confermando, ancora una volta, l'impegno responsabile di tutti gli operatori per la sostenibilità e la valorizzazione del settore.

A tal proposito, per quanto per le sigarette elettroniche non sia prevista la distribuzione in via esclusiva attraverso la rete delle tabaccherie, occorre sottolineare che il sistema distributivo del tabacco partecipa a tale percorso assicurando tutte le infrastrutture, le tecnologie e l'efficienza operativa necessarie per rispondere al meglio alle esigenze distributive correlate ai prodotti di nuova generazione.

Una rete affidabile, dunque, con caratteristiche uniche e distintive in grado di adattarsi al meglio alle esigenze connesse alla distribuzione di tali prodotti e che assicura trasparenza dei flussi e delle movimentazioni, costituendo quindi un sistema di assoluta garanzia sia sotto l'aspetto sanitario che sotto quello erariale.

4. La Direttiva tabacco

La Direttiva tabacco adottata nel 2014, è stata recepita nel nostro ordinamento nel corso del 2016. La nuova normativa ha introdotto misure più stringenti sugli ingredienti, accentuando gli obblighi informativi in capo ai fabbricanti per alcune categorie di additivi e vietando gli aromi caratterizzanti; sui confezionamenti, con l'obbligo di apporre sui pacchetti avvertenze combinate (testo e immagini) e di un confezionamento minimo per sigarette e trinciati per sigaretta; sulla tracciabilità, con l'obbligo di introdurre nuovi sistemi che consentano la tracciatura del prodotto fino alla prima rivendita, con l'utilizzo di un identificativo univoco per ogni confezione unitaria e relativo imballaggio.

Il 20 maggio 2017 è la data a partire dalla quale i prodotti non conformi ai suddetti requisiti non sono più commercializzabili, mentre i nuovi sistemi di tracciabilità dovranno essere attivi a partire dal 20 maggio 2019 almeno per sigarette e trinciati per sigaretta.

Sulle sigarette elettroniche, inoltre, la direttiva ha introdotto precise caratteristiche per le confezioni e per l'etichettatura nonché sulla disciplina pubblicitaria.

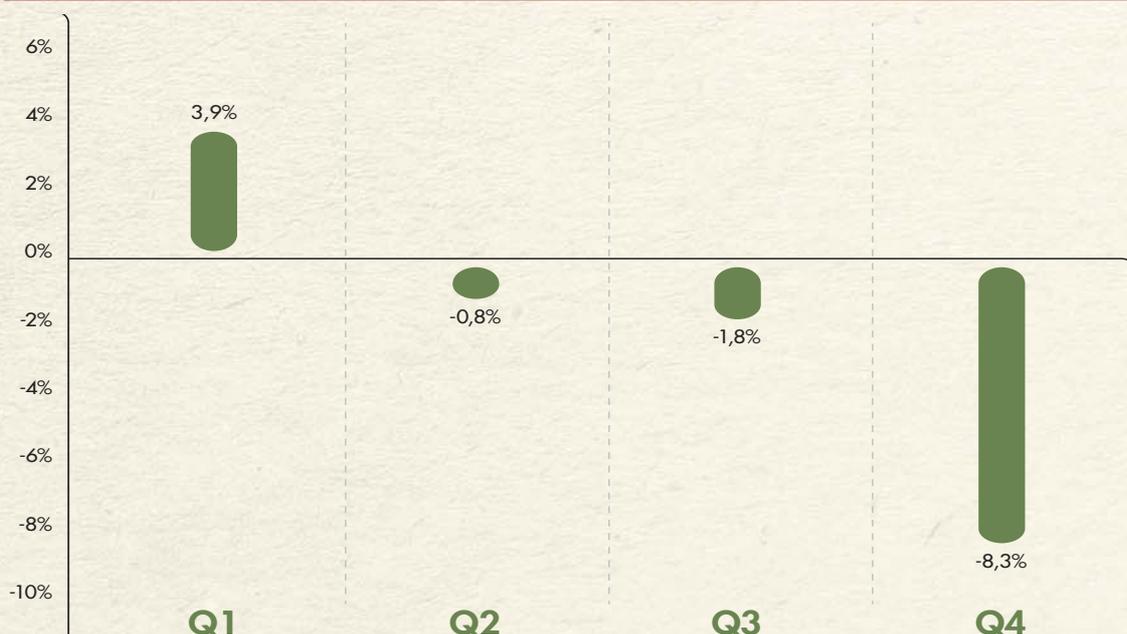
Con riferimento ai prodotti del tabacco, sono state ulteriormente disciplinate le modalità di gestione della fase transitoria precedente all'entrata in vigore della nuova disciplina, disponendo che i prodotti non conformi alla nuova regolamentazione potevano essere distribuiti in rivendita solo fino al 20 ottobre 2016.

È evidente che una regolamentazione così rigorosa ha avuto e, probabilmente ancora avrà, notevoli impatti sia sull'andamento del mercato che sull'operatività dei principali attori economici coinvolti.

Considerato il calo del mercato registrato nell'ultimo anno e analizzando l'andamento dello stesso con ulteriore dettaglio, si osservano, infatti, risultati particolarmente significativi soprattutto negli ultimi mesi.

Dal confronto dei volumi distribuiti nei quattro trimestri del 2016 rispetto agli analoghi trimestri del 2015, la differenza più marcata tra i due anni si registra appunto negli ultimi tre mesi del 2016, proprio in corrispondenza del termine dell'applicazione della disciplina transitoria sulla circolazione dei prodotti non conformi alle nuove disposizioni.

Variazione volumi distribuiti per trimestre 2015-2016



I volumi distribuiti nel trimestre ottobre-dicembre del 2016, infatti, hanno registrato un calo dell'8,3% rispetto all'analogo trimestre del 2015, corrispondente ad una riduzione di oltre un milione e mezzo di chili.

Al fine di favorire una più ampia comprensione dei principali aspetti che contribuiscono a delineare tale andamento, occorre fare particolare riferimento alle nuove disposizioni introdotte dalla direttiva sul confezionamento minimo per sigarette e trinciati per sigarette. Dal 20 maggio 2017, infatti, è previsto il divieto di commercializzazione dei pacchetti di sigarette da 10 e delle confezioni di trinciati per sigarette inferiori a 30 grammi, distribuibili alle rivendite al massimo entro il 20 ottobre 2016.

Si tratta di tipologie di prodotto che presentano un'incidenza per nulla trascurabile nelle rispettive categorie, pari al 13% per le sigarette e al 65% per i trinciati per sigaretta. Pertanto, le nuove disposizioni ad essi riferite hanno contribuito in misura rilevante al *trend* negativo dell'ultimo trimestre 2016.

Si rileva, innanzitutto, che nei mesi di agosto e settembre 2016 si è registrato un incremento particolarmente accentuato dell'approvvigionamento di tali prodotti da parte delle rivendite, probabilmente al fine di far fronte alle richieste dei consumatori fino al termine consentito per la vendita degli stessi. Successivamente, a partire dal 20 ottobre si è modificato il portfolio prodotti con una riduzione delle referenze, come si vedrà in seguito.

A tali aspetti occorre, tuttavia, affiancare l'osservazione del dettaglio relativo all'andamento dei volumi distribuiti nel suddetto periodo, che offre, peraltro, spunti interessanti per la possibile correlazione con le preferenze di consumo del cliente finale, il quale a fronte della indisponibilità di alcuni prodotti ha orientato le proprie scelte su offerte alternative.

Le dinamiche precedentemente delineate contribuiscono in parte a descrivere il quadro negativo dell'ultimo trimestre: negli ultimi mesi del 2016, infatti, i volumi distribuiti di pacchetti di sigarette da 20 hanno registrato un incremento probabilmente correlato al ritiro dal mercato dei pacchetti da 10 e il conseguente avvicendamento dei due confezionamenti. I volumi erosi dall'indisponibilità dei pacchetti da 10 sigarette, tuttavia, non sono stati interamente assorbiti dalla vendita dei corrispondenti prodotti conformi alle nuove disposizioni, contribuendo all'andamento negativo dell'intera categoria.

Sui trinciati per sigarette, invece, l'impatto derivante dall'introduzione delle nuove misure sui confezionamenti minimi appare meno accentuato a fronte del fatto che, come si è visto, i volumi distribuiti di tale categoria hanno registrato un risultato finale positivo, raccogliendo probabilmente anche le preferenze dei consumatori precedentemente orientati sui pacchetti da 10 sigarette.

Non è da sottovalutare, inoltre, che anche i prodotti di nuova generazione potrebbero aver giocato un ruolo importante, influenzando le abitudini di consumo in passato orientate verso i tradizionali prodotti del tabacco.

È del tutto evidente, inoltre, che, con particolare riferimento alla distribuzione primaria, considerati i risultati economici correlati esclusivamente ai chili distribuiti, il calo del mercato, iniziato nel 2012 e ulteriormente confermato dai *trend* 2016, ha fortemente inciso sulla stessa. Infatti, la conseguente necessità di intraprendere un percorso di riorganizzazione della rete e di ulteriore ottimizzazione delle attività è stata affiancata, come si vedrà in seguito, dalle attività volte a rispondere adeguatamente agli adempimenti comunitari, che hanno impegnato la rete di Logista Italia per la gestione dell'avvicendamento dei prodotti nonché negli interventi operativi e negli investimenti necessari per l'adozione dei nuovi sistemi di tracciabilità.

4.1. Le referenze dei prodotti del tabacco

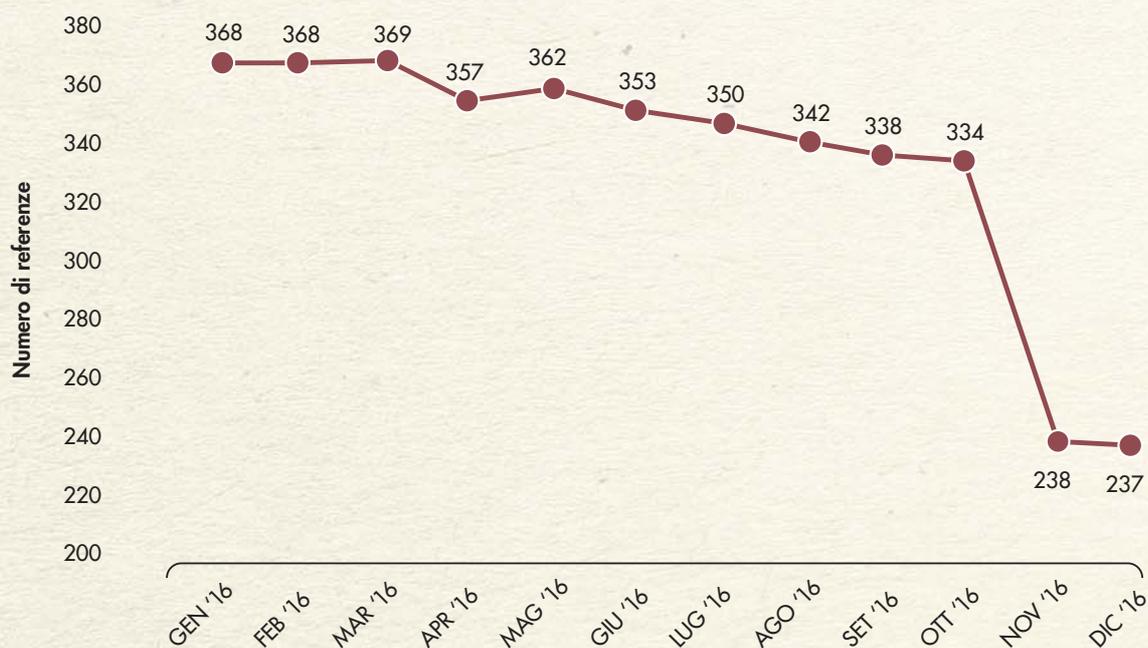
Nel corso degli ultimi anni il mercato ha registrato un generale incremento del numero di referenze di prodotti. Tuttavia, come si è già avuto modo di rilevare nella precedente edizione, anche a seguito dell'approssimarsi delle nuove misure sul confezionamento minimo di sigarette e dei trinciati per sigaretta introdotte dalla direttiva, nel 2015 si è assistito ad un processo di ottimizzazione del portfolio prodotti operato dagli stessi produttori, i cui effetti si sono manifestati in modo più evidente nel corso del 2016.

Rispetto ad una costante e generale tendenza in aumento del numero delle referenze, che ha trovato nel biennio 2013-2015 i valori più rilevanti, infatti, il numero di referenze attive nel 2016 risulta diminuito rispetto al 2015, attestandosi a 1.115 unità.

I grafici seguenti riportano il dettaglio di tale operazione per le principali categorie di prodotti. In particolare, nel corso del 2016 è possibile notare la diminuzione del numero di referenze a partire dal mese di novembre.

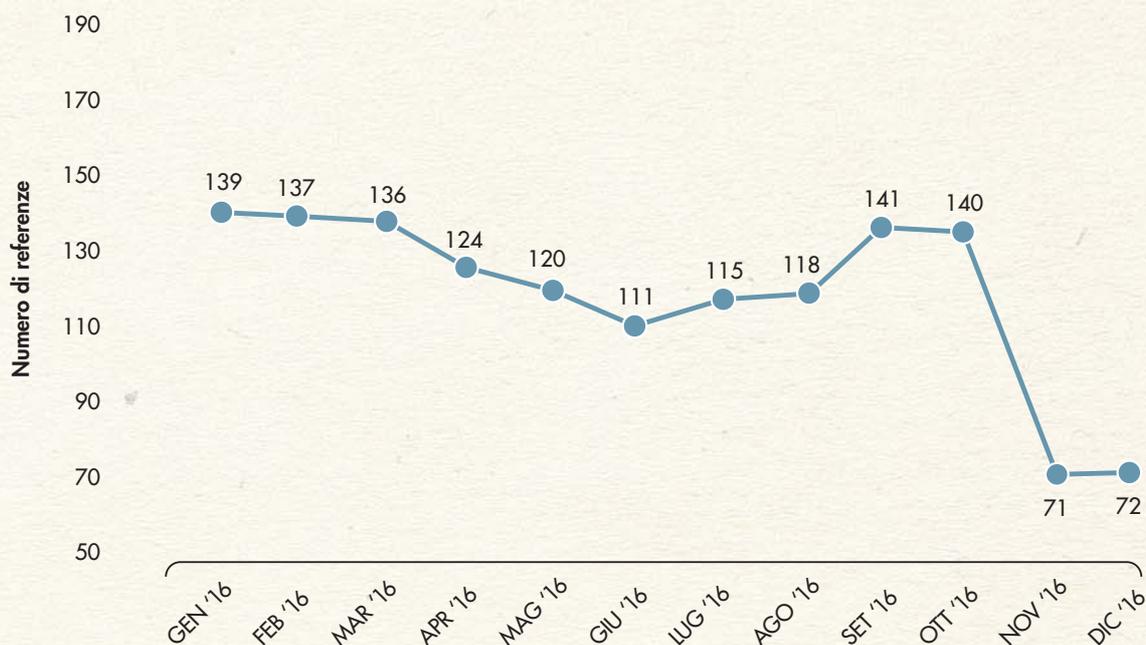
Da tale mese per quanto riguarda le sigarette si registra una riduzione di quasi 100 referenze, attribuibile in buona parte, come già accennato, al divieto di commercializzazione dei pacchetti da 10 sigarette.

Andamento del numero di referenze 2016 - Sigarette



Per quanto riguarda i trinciati per sigaretta, si nota che nei mesi di settembre e ottobre, precedenti all'attività di avvicendamento dei prodotti non conformi alla direttiva, il numero di referenze è aumentato per la contemporanea presenza sul mercato di prodotti non conformi con quelli di nuova introduzione, dimezzandosi poi a novembre come per le sigarette.

Andamento del numero di referenze 2016 - Trinciati per arrotolare le sigarette



L'effetto di tale operazione si è riflesso sugli ordini dei tabaccai che hanno visto nel 2016 una diminuzione del numero medio di righe per ordine.

4.2. L'avvicendamento sul mercato prodotti conformi/non conformi e gli impatti sulla rete

A fronte della progressiva ottimizzazione del portfolio prodotti, la rete Logista Italia, in accordo con i produttori e con la collaborazione del network delle tabaccherie, è stata impegnata nella gestione del piano di avvicendamento dei prodotti secondo quanto disposto dalla nuova normativa comunitaria.

Il predetto piano ha consentito la gestione del progressivo passaggio nel mercato dai prodotti non conformi a quelli conformi alla direttiva, così da assicurare la commercializzazione dei soli prodotti rispondenti ai requisiti comunitari e secondo le tempistiche prescritte dalla nuova disciplina europea.

Il piano ha coinvolto in soli tre mesi 500 referenze, ha richiesto 160.000 interventi per l'aggiornamento dei sistemi gestionali informatici e ben 27.000 operazioni di logistica inversa. L'eccezionale impegno che ha caratterizzato tale attività, unico esempio in Europa, sia dal punto di vista della pianificazione delle scorte che dal punto di vista operativo, ha consentito di garantire la disponibilità delle nuove versioni in tutta la rete nei tempi richiesti.

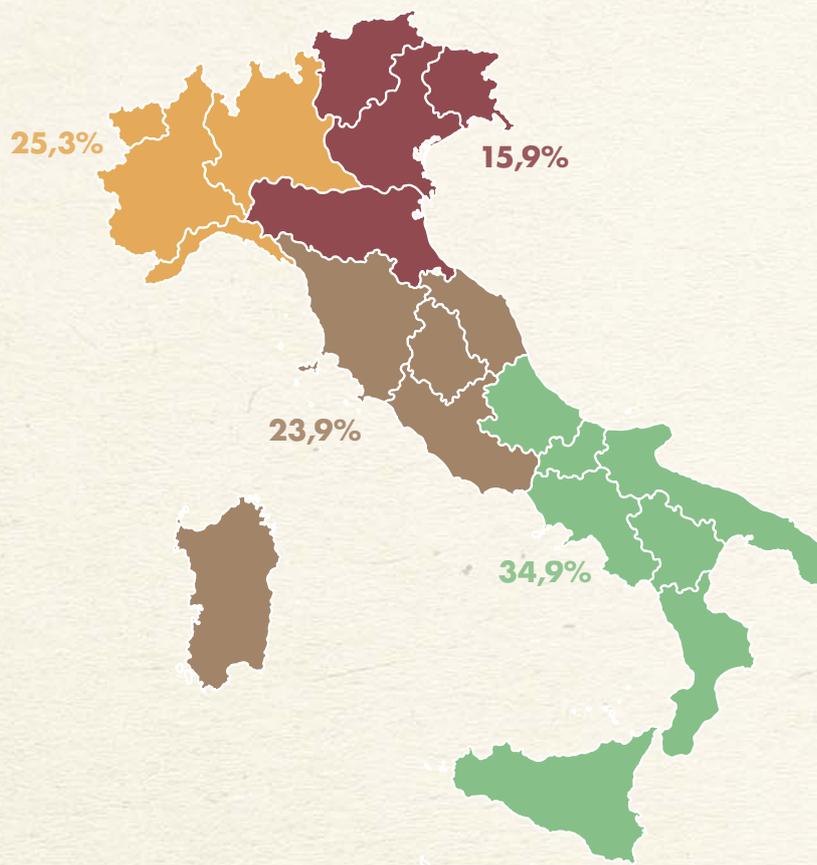
La medesima attività prosegue anche nel corso del 2017 e coinvolge anche le categorie dei sigari, dei sigaretti e dei trinciati per pipa, per un totale di circa 450 referenze.

L'adempimento delle nuove misure comunitarie presenta, quindi, degli impatti rilevanti dal punto di vista operativo anche per la rete distributiva di Logista Italia. In tal senso, si conferma ancora una volta la validità dell'attuale sistema distributivo in grado di gestire flussi complessi con flessibilità e trasparenza, in piena conformità al disposto comunitario e con il mantenimento dei consueti elevati livelli di servizio, dimostrando ulteriormente di essere interlocutore pienamente affidabile ed efficiente.

5. L'analisi territoriale

L'analisi dei volumi di tabacco distribuiti condotta per macro aree⁴ mostra che nel Nord Ovest e nel Nord Est si registrano, rispettivamente, il 23,5% e il 15,9% del totale nazionale. Il Centro, invece, ha un'incidenza del 23,9% e il Sud del 34,9%.

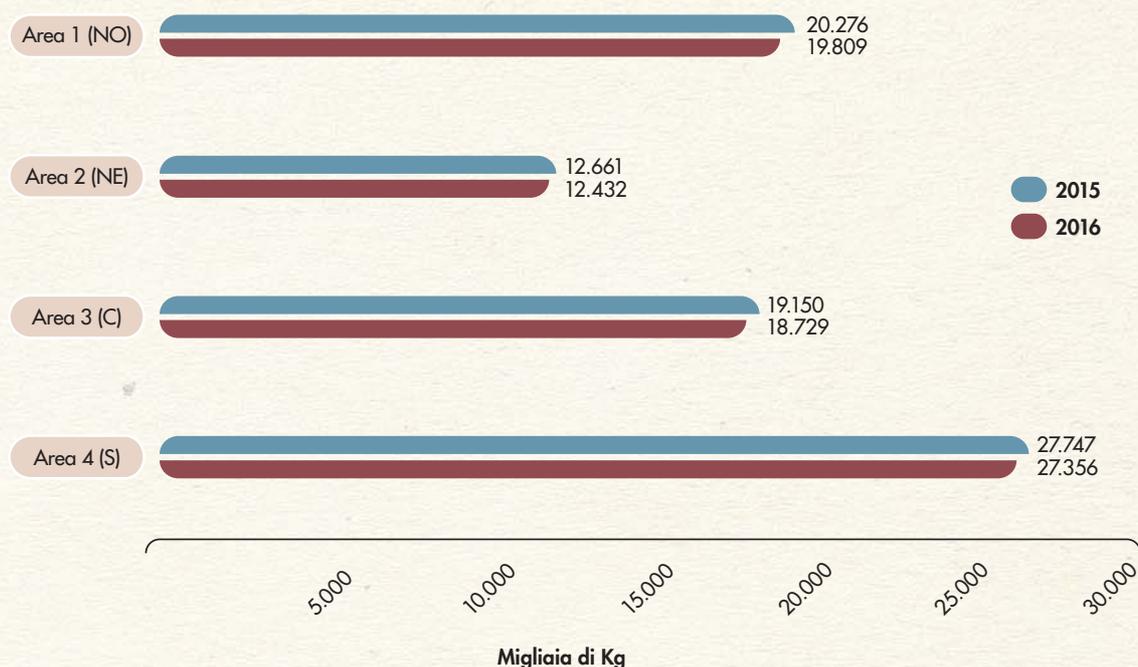
Percentuali volumi distribuiti per macro aree 2016



Coerentemente con la contrazione dei volumi registrata a livello nazionale, si osserva che tutte le macro aree presentano variazioni negative rispetto all'anno precedente.

⁴ Area Nord-Ovest (NO): Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Piemonte; Area Nord-Est (NE): Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna; Area Centro (C): Toscana, Lazio, Umbria, Marche, Sardegna; Area Sud (S): Abruzzo, Molise, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia

Volumi tabacchi venduti per macro aree 2015-2016



L'Area Nord Ovest registra una flessione del 2,3% (470 mila chili in meno), accentuando il *trend* negativo dello scorso anno. Medesimo discorso per l'area Centro, che presenta un decremento del 2,2% e per l'Area Nord-Est che registra una variazione negativa dell'1,8%. L'Area Sud registra una flessione dell'1,4%, in controtendenza con quella positiva rilevata nel 2015.

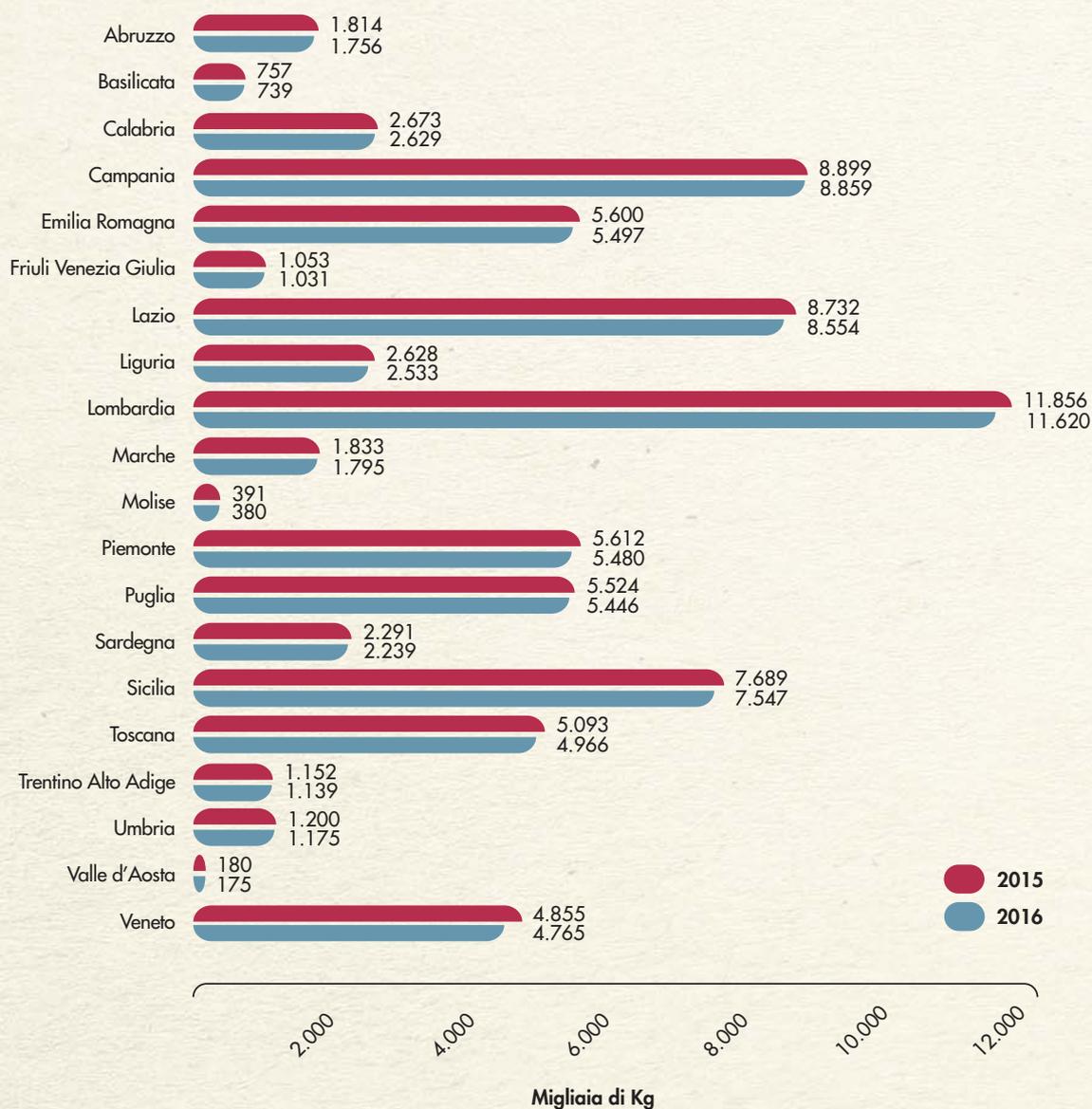
Variazioni volumi tabacchi venduti per macro aree 2015-2016



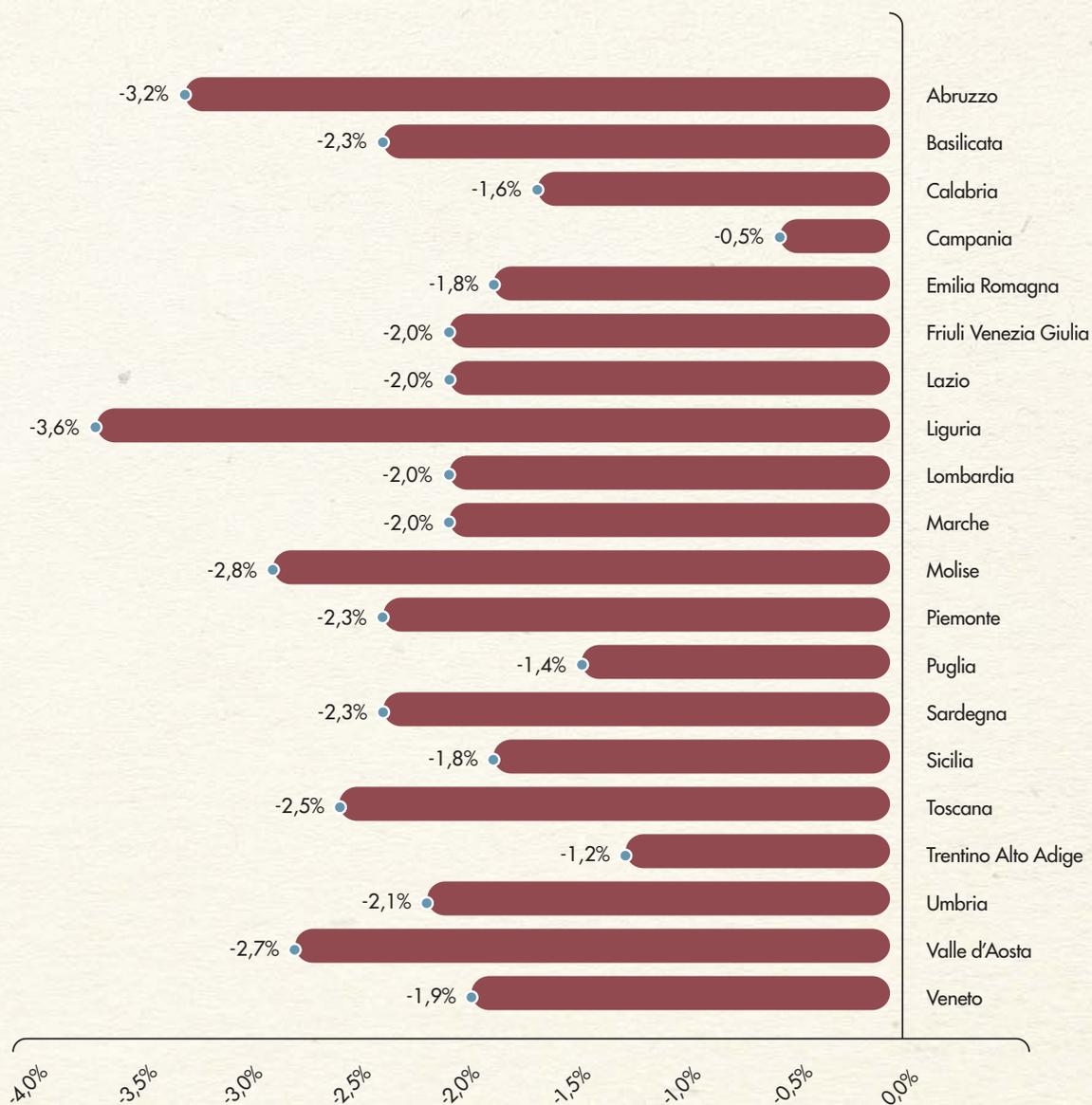
Restringendo l'analisi a livello regionale, la Lombardia risulta essere la regione italiana nella quale si registra il più alto valore dei volumi distribuiti nel 2016, con i suoi 11,6 milioni di chili corrispondenti a 14,8% sul totale nazionale. Segue la Campania (11,3%), il Lazio (10,9%) e la Sicilia (9,6%).

Queste quattro regioni rappresentano quasi il 50% del mercato e, rispetto allo scorso anno, hanno registrato tutte una variazione negativa dei volumi distribuiti.

Vendita tabacchi lavorati per Regione 2015-2016



Variatione vendita tabacchi per Regione 2015-2016



È rilevante la significativa inversione di tendenza osservabile in Campania, che subisce una flessione dei volumi dello 0,5% nel 2016, a fronte dell'incremento del 3,5% registrato nel 2015.

Tra le altre regioni, Liguria ed Abruzzo presentano i decrementi maggiori, pari rispettivamente al 3,6% e al 3,2%; tali valori assumono maggiore rilevanza in considerazione delle incidenze a livello nazionale non trascurabili, pari rispettivamente al 2,2% per la prima ed al 3,2% per la seconda.

L'analisi disaggregata a livello provinciale mostra che la provincia di Roma è la prima in Italia in termini di volumi distribuiti, con un'incidenza dell'8,07% sul totale nazionale. Seguono la provincia di Napoli (6,02%), Milano (5,13%) e Torino (3,61%).

Tali provincie presentano variazioni negative, ad eccezione di quella di Napoli che, in assoluta controtendenza rispetto alle altre, registra un incremento dello 0,7% dei volumi venduti. Sul calo dello 0,5% della Regione Campania, dunque, occorre tenere conto dell'incidenza positiva dei volumi rilevati nella provincia di Napoli.

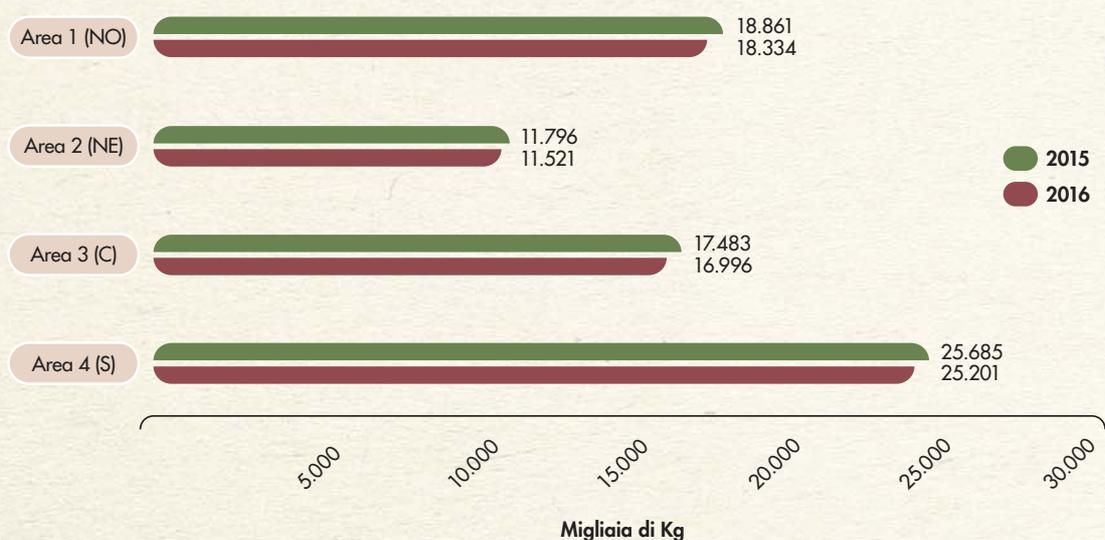
5.1. Analisi per categoria di prodotto

Diversamente da quanto rilevato in precedenza sulle sigarette (-2,4%), le altre categorie di prodotto registrano valori positivi: per i trinciati per sigarette si osserva un aumento del 3,9%, per i sigari un incremento dell'1,1% e per i sigaretti del 2,7%. Per gli altri tabacchi si registra complessivamente un aumento del 27,2%.

5.1.1. Sigarette

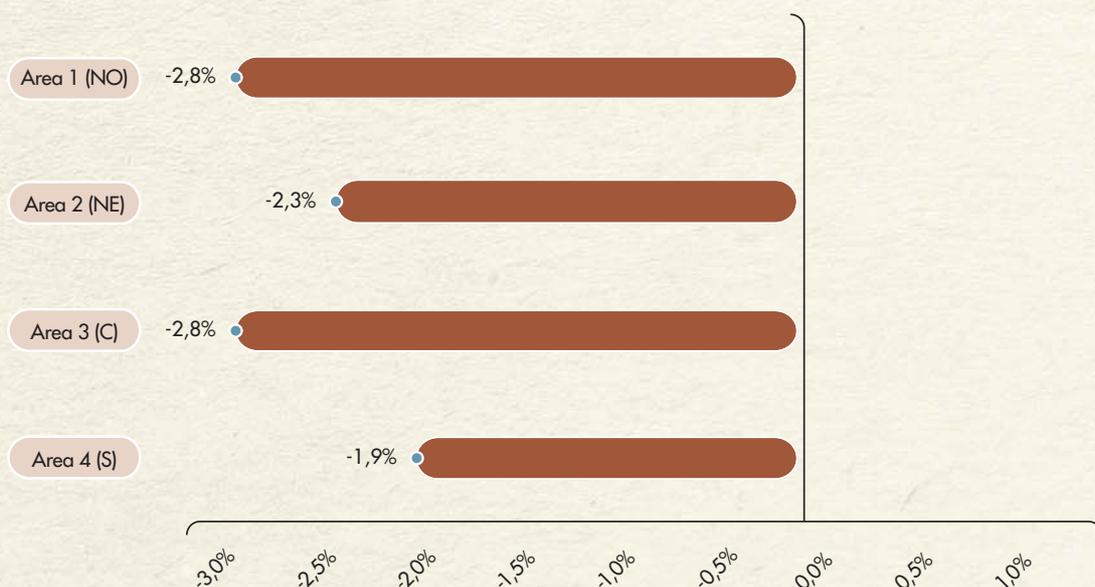
L'analisi dei volumi di sigarette distribuiti nelle macro aree mostra che il Nord Ovest registra 18,3 milioni di chili ed il Nord Est 11,5 milioni. Nel Centro si concentrano 16,9 milioni e nel Sud 25,2 milioni di chili.

Vendita sigarette per macro aree 2015-2016



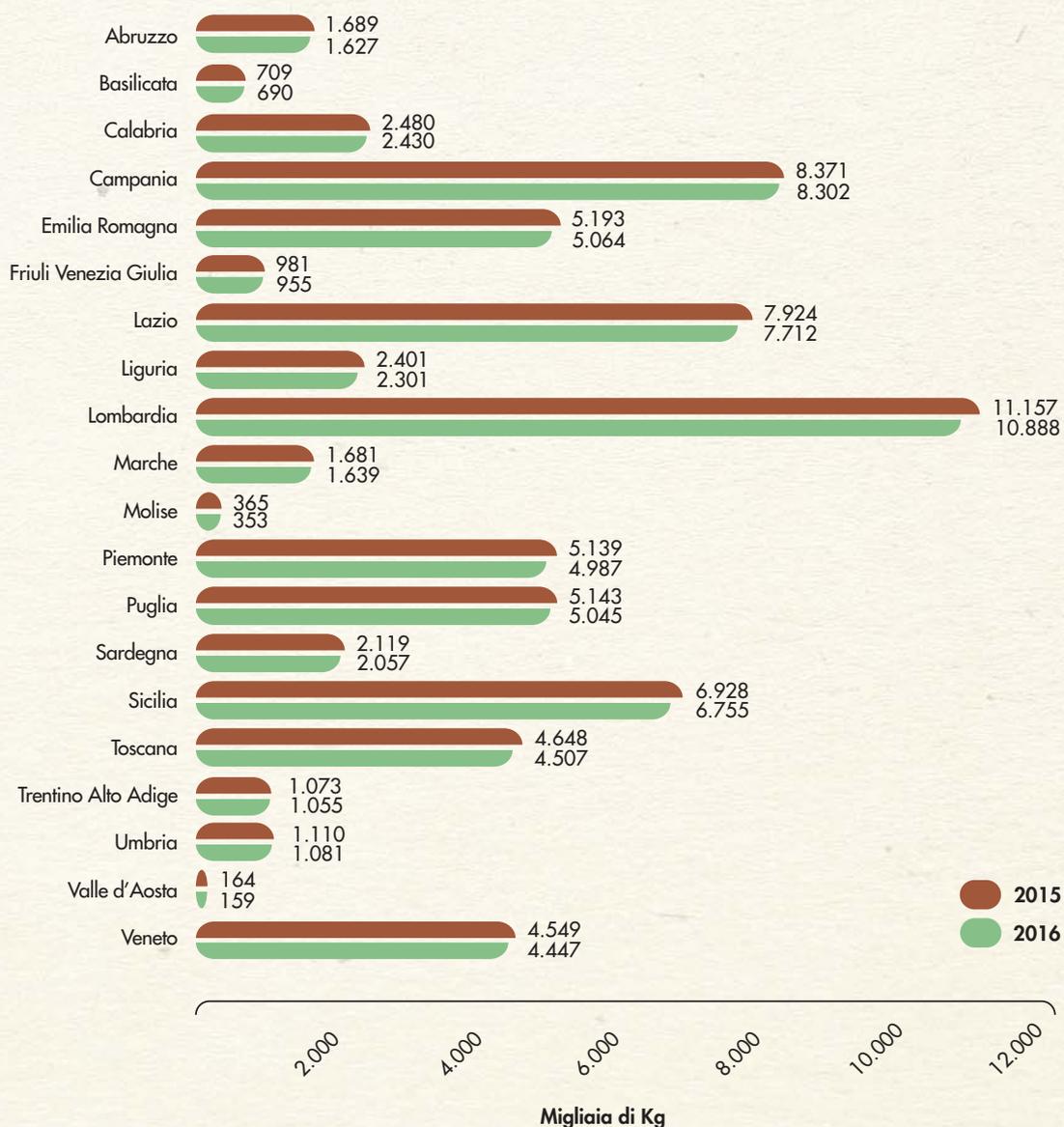
A conferma del *trend* decrescente degli ultimi anni, la flessione rispetto ai valori 2015 è pari a 2,3% nel Nord Est, 2,8% nel Nord Ovest e nel Centro e 1,9% nel Sud. Per quanto riguarda il Nord Ovest e il Sud, i cali sono significativi in quanto le due aree nel periodo 2015-2014 avevano registrato, rispettivamente, un decremento dello 0,9%, ed un aumento dello 0,1%.

Variatione vendita sigarette per macro aree 2015-2016



Analogamente a quanto registrato sul totale dei tabacchi distribuiti, nella categoria delle sigarette le prime due regioni in Italia sono la Lombardia (15,1%), e la Campania (11,5%), seguite dal Lazio (10,7%) e dalla Sicilia (9,4%). Le prime quattro regioni rappresentano il 50% del mercato.

Vendita sigarette per Regione 2015-2016



Tutte le regioni presentano valori negativi: rispetto all'anno precedente, la Lombardia registra un calo del 2,4%, il Lazio del 2,7% e la Sicilia del 2,5%. In Campania si osserva una flessione dello 0,8%. Si rileva che nel 2015 tale regione registrava un aumento del 3,3% rispetto all'anno precedente. Analogamente, la Basilicata, che nel 2015 presentava un incremento dell'1% rispetto al 2014, oggi si attesta intorno al -2,7%.

Considerando le altre regioni, le flessioni maggiori si rilevano in Liguria (-4,2%) ed in Abruzzo (-3,7%), a fronte di un'incidenza nazionale pari rispettivamente al 3,2% e al 2,3%.

Inoltre, il calo registrato in Piemonte (-3%), che pesa per il 6,9%, è quasi raddoppiato rispetto a quello del periodo 2015-2014 (-1,6%).

Variazione vendita sigarette per Regione 2015-2016

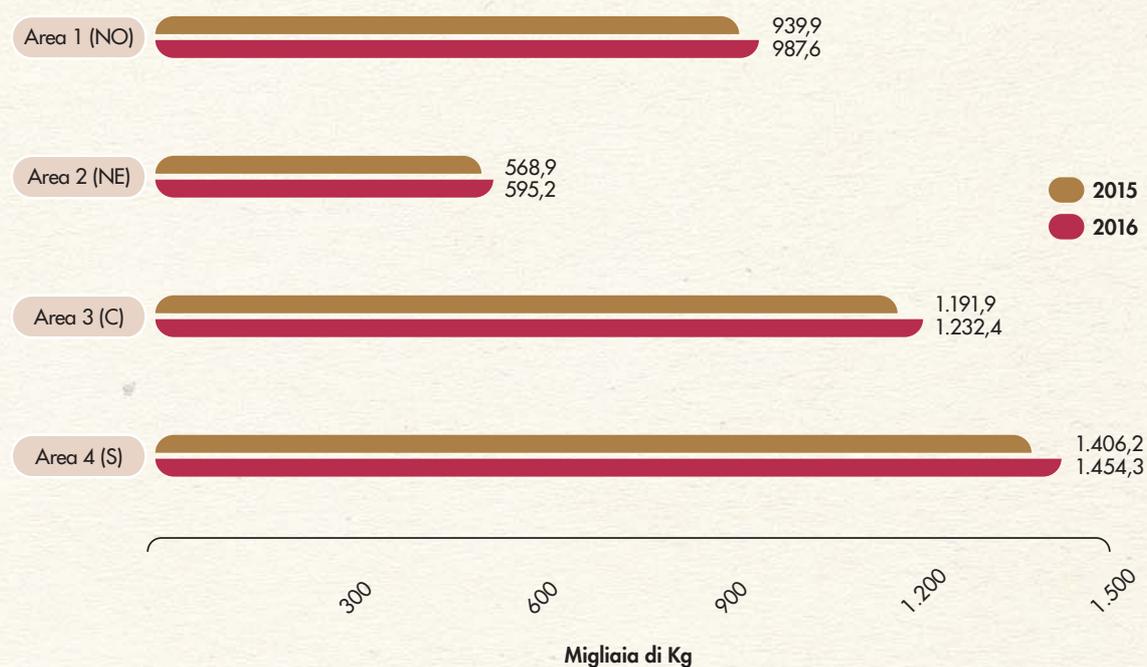


L'analisi disaggregata a livello provinciale mostra che quella di Roma è la prima provincia in Italia, con un'incidenza del 7,9%, seguita da quella di Napoli (6,1%) e da quella di Milano (5,2%). Infine, al quarto posto si posiziona la provincia di Torino con il 3,5%, sebbene il Piemonte non si trovi tra le quattro regioni con la maggior incidenza nazionale.

5.1.2. Trinciati per arrotolare le sigarette

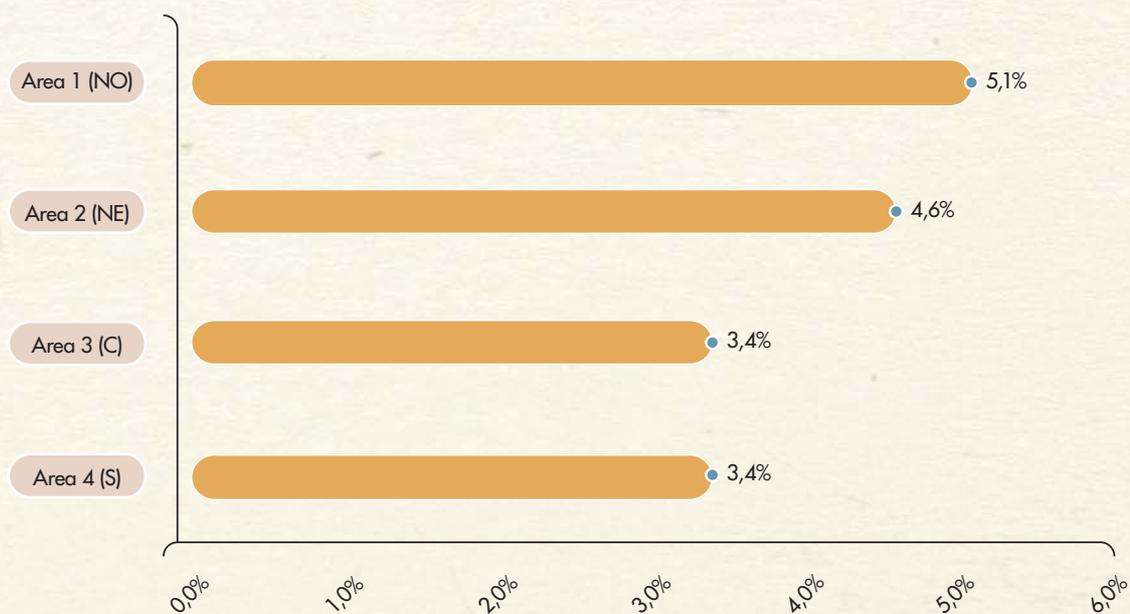
I trinciati per sigarette confermano il *trend* positivo dell'anno precedente, con incrementi in tutte le macro aree. I volumi distribuiti si concentrano maggiormente nell'Area Sud (34,1%), segue l'Area Centro (28,9%), l'Area Nord Ovest (23,1%) e, infine, l'Area Nord Est (13,9%).

Vendita trinciati per arrotolare le sigarette per macro aree 2015-2016



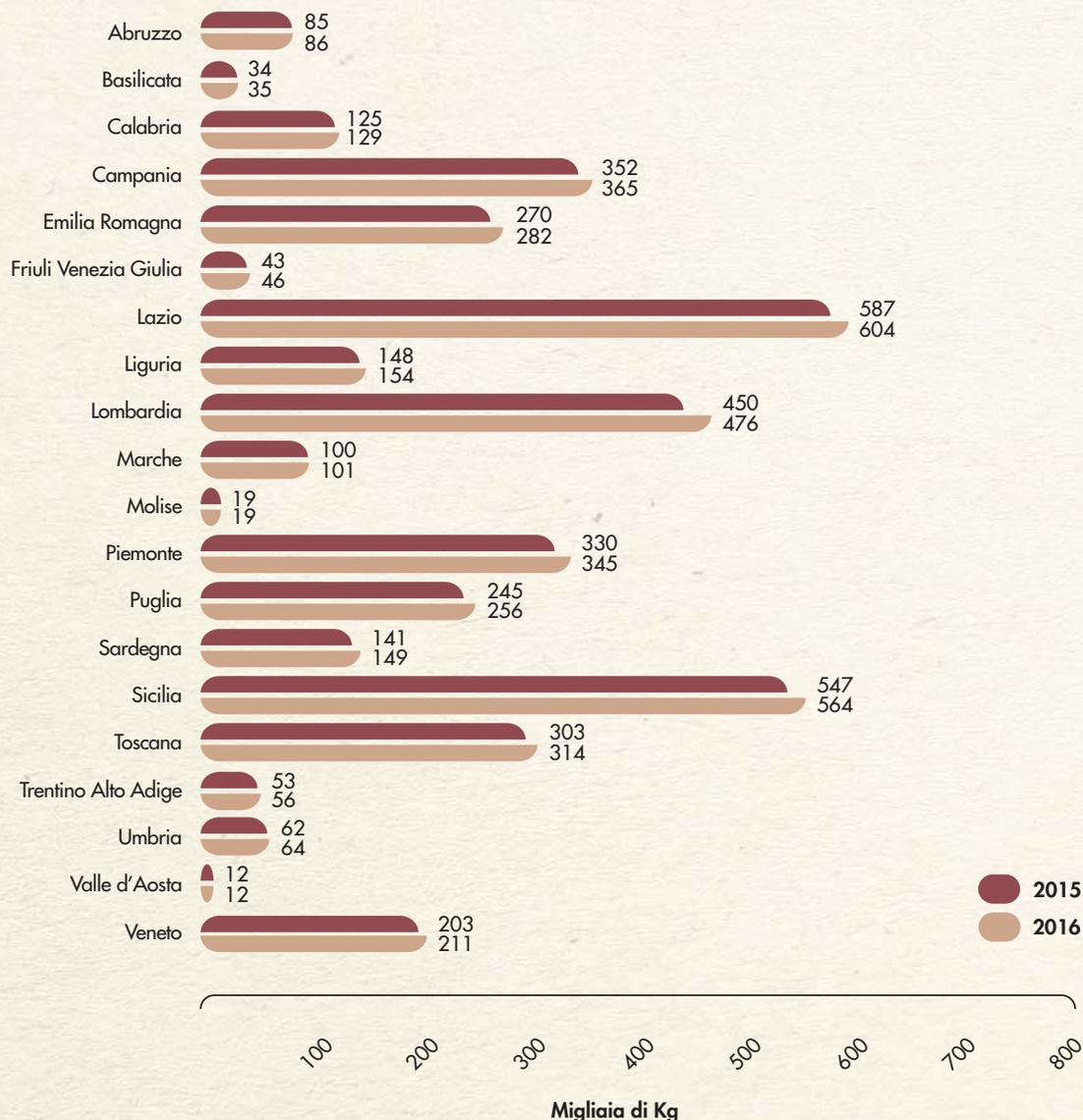
Nelle due aree del Nord Italia si osservano i tassi di incremento maggiori, con l'Area Nord Ovest che registra un +5,1% e l'Area Nord Est un +4,6%. L'Area Sud e l'Area Centro, registrano lo stesso tasso di variazione (+3,4%). Tuttavia, la crescita dell'Area Sud è significativamente inferiore rispetto a quella rilevata nel periodo 2015-2014, nel quale registrava un incremento del 6,9%.

Variazione vendita trinciati per arrotolare le sigarette per macro aree 2015-2016



Diversamente da quanto rilevato per il totale tabacchi distribuiti e per le sigarette, nell'ambito dei trinciati per sigarette è il Lazio a detenere il primato nazionale (14,2%), mentre al secondo posto si colloca la Sicilia (13,2%), segue al terzo la Lombardia (11,1%) e infine la Campania, con un'incidenza nazionale dell'8,5%. Le quattro regioni coprono il 50% del mercato: le relative variazioni, per un totale di 90 mila chili in più rispetto all'anno precedente, corrispondono ad oltre la metà dell'aumento registrato a livello nazionale.

Vendita trinciati per arrotolare le sigarette per Regione 2015-2016



Il Lazio, tuttavia, non presenta incrementi significativi rispetto al 2015, registrando un aumento del 3%. In Sicilia ed in Lombardia si osservano, rispettivamente, incrementi del 3,3% e del 6,8%. Infine, in Campania si rileva un aumento del 3,7%.

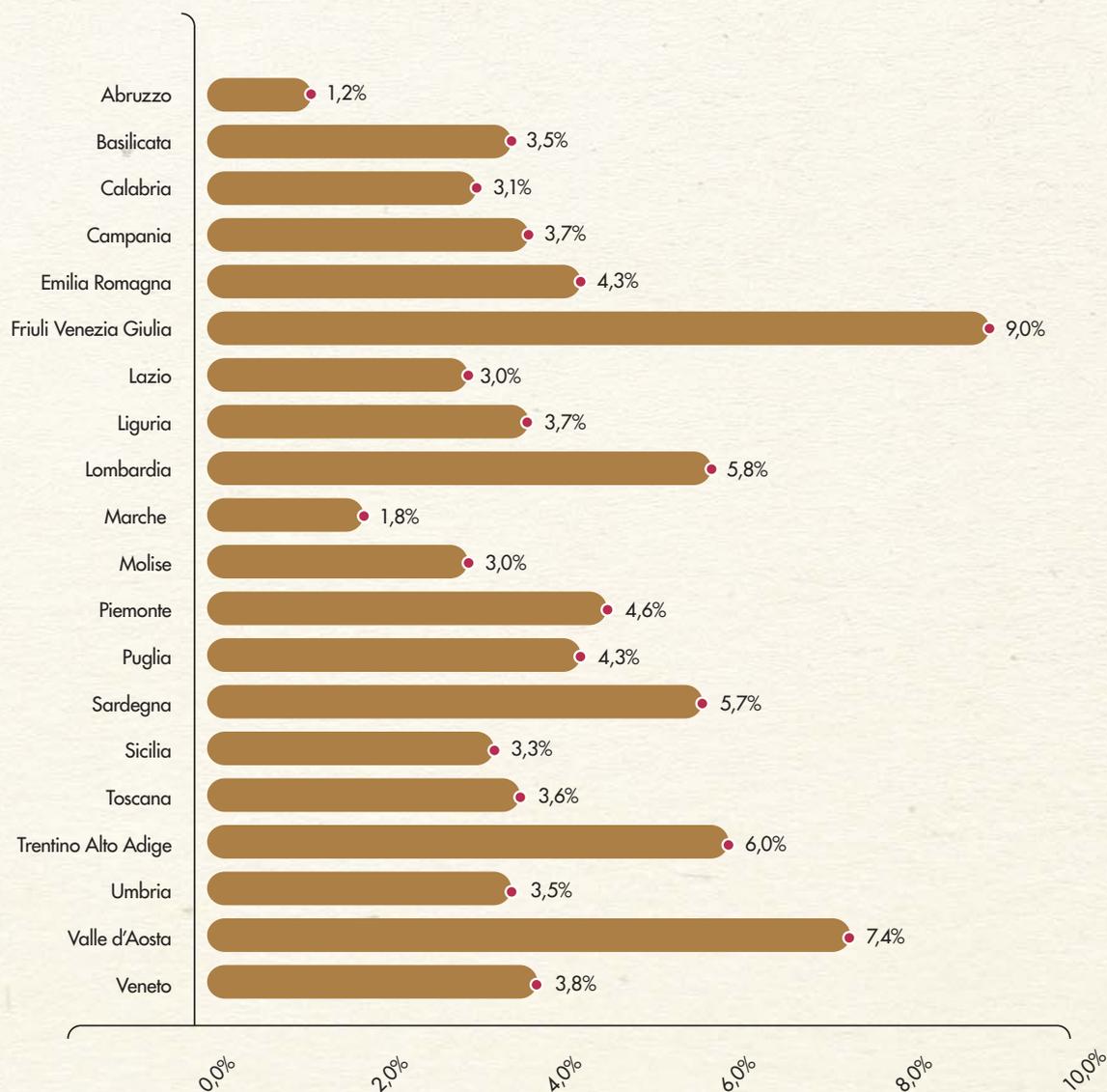
L'incremento della Sicilia è decisamente inferiore a quello riscontrato nel 2015, in cui si attestava al 6,8%. Ancor più significativo è l'andamento dei volumi distribuiti in Campania, che nel 2015 registrava un incremento dell'11,1% rispetto all'anno precedente.

Considerando le altre regioni, si osserva che l'incremento maggiore si rileva in Friuli Venezia Giulia (9%), a conferma del *trend* del periodo 2015-2014 (8%), a fronte, tuttavia, di un'incidenza percentuale della regione pari all'1,1%.

La Liguria, che registra valori negativi per tutte le categorie di prodotto, per i trinciati per sigarette presenta un incremento del 3,7%.

L'analisi disaggregata a livello provinciale mostra che la prima provincia è Roma, con un'incidenza dell'11%. Sebbene il Piemonte non figuri tra le prime quattro regioni d'Italia, Torino si posiziona al secondo posto con il 4,8%. Seguono, infine, Napoli (4,7%) e Milano (4,2%).

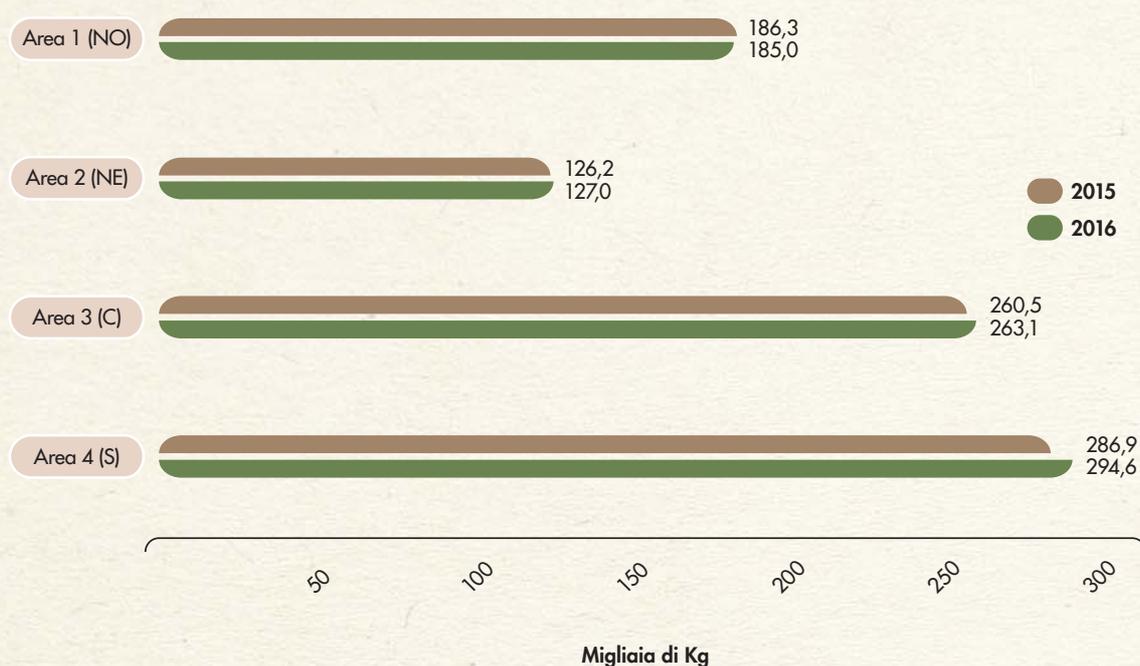
Variatione vendita trinciati per arrotolare le sigarette per Regione 2015-2016



5.1.3. Sigari

I sigari presentano valori positivi in particolare nell'Area Sud, dove i volumi distribuiti evidenziano un'incidenza del 33,9% sul totale nazionale. Nell'Area Centro i volumi corrispondono al 30,3% mentre, nelle aree Nord Ovest e Nord Est si rilevano un 21,3% e un 14,6%.

Vendita sigari per macro aree 2015-2016



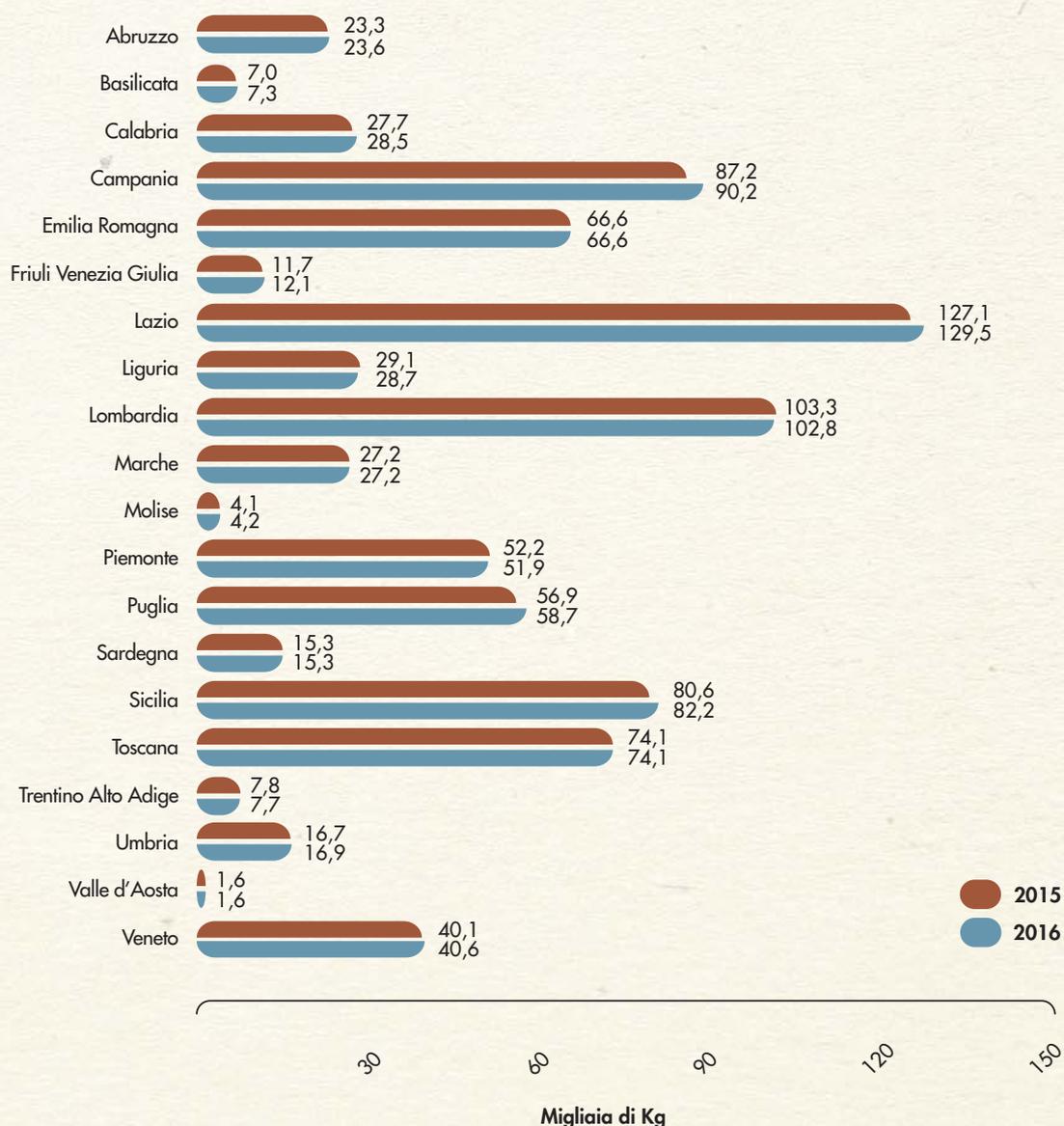
L'area Nord Ovest è l'unica in cui si osserva un calo dei volumi rispetto al 2015, con una variazione pari al -1,3%. Contrariamente, nel 2015 l'area registrava un incremento dello 0,8% rispetto al 2014. È in controtendenza l'andamento dei volumi distribuiti nell'Area Centro, con un aumento dell'1% contro la riduzione dello 0,8% registrata nel periodo 2015-2014. L'Area Sud, invece, presenta variazioni positive del 2,7% coerentemente con il *trend* del periodo 2015-2014 (+3%).

Variazione vendita sigari per macro aree 2015-2016



Come per i trinciati per sigarette, anche per i sigari il Lazio è la prima regione d'Italia, con il 14,9% dei volumi distribuiti (129,5 migliaia di chili). Al secondo posto si posiziona la Lombardia con l'11,8% (102,8 migliaia di chili) ed al terzo la Campania con il 10,4% (102,8 migliaia di chili). La Sicilia, con 82,1 migliaia di chili distribuiti, è la quarta regione (9,4%). Le quattro regioni costituiscono il 50% del mercato.

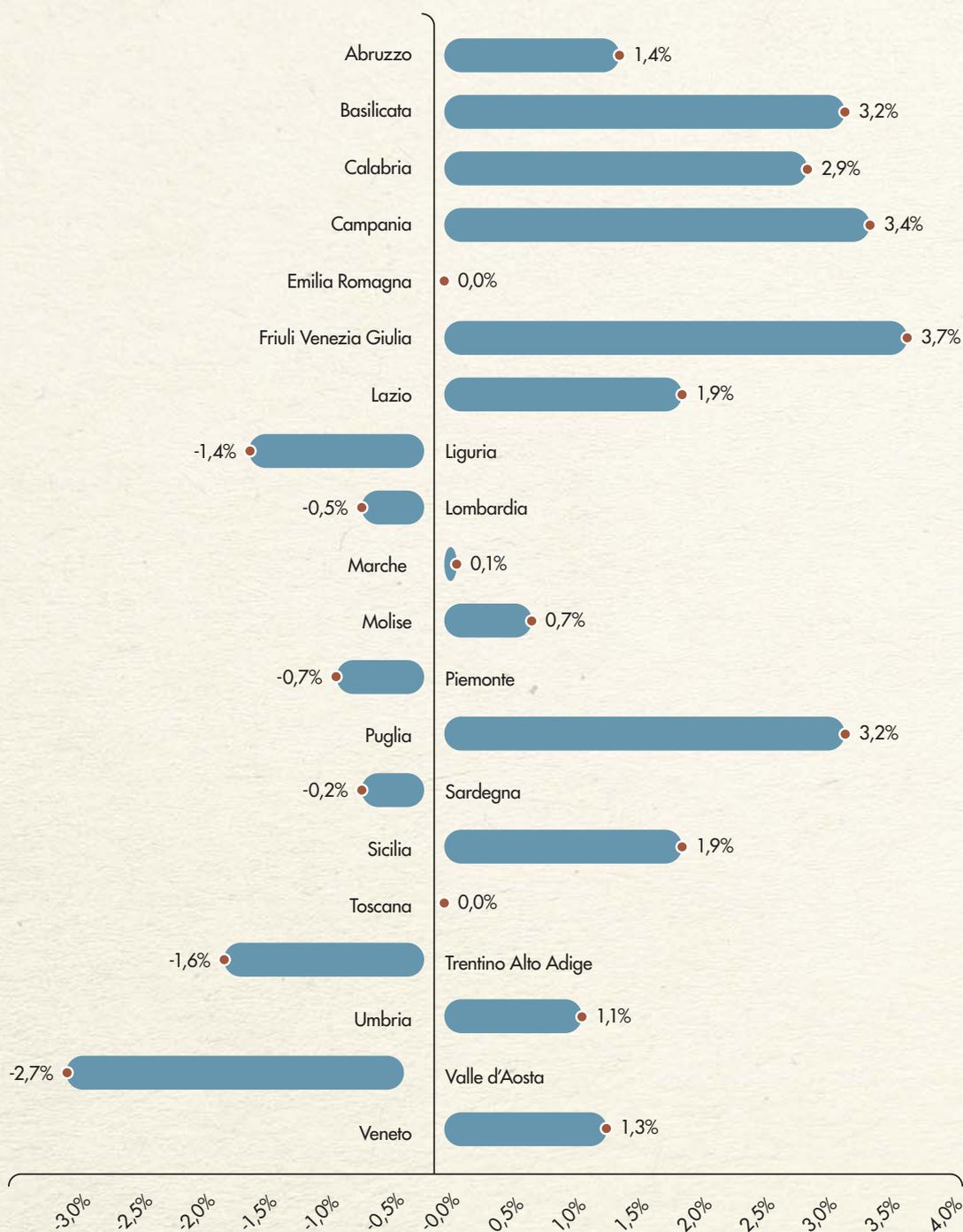
Vendita sigari per Regione 2015-2016



Considerando l'intero territorio nazionale, i volumi sono in aumento nella maggior parte delle regioni, fatta eccezione per alcune di esse. La Lombardia presenta un calo dello 0,5%, contro l'incremento del 2% registrato nel periodo 2015-2014. Sono significativi i decrementi registrati dal Piemonte (-0,7%) che incide per il 6% sul totale nazionale e dalla Liguria (-1,4%), che ha un'incidenza del 3,3% e che, coerentemente con il *trend* particolarmente negativo registrato in tutte le categorie di prodotto (ad eccezione dei trinciati per sigarette) presenta un calo maggiore di quello osservato nel periodo 2015-2014 (-0,4%).

A livello provinciale Roma conferma il primato nazionale, registrando un'incidenza dell'11,5%. La Provincia di Napoli è seconda con il 5,3%, mentre quella di Milano terza con il 4,6%.

Variatione vendita sigari per Regione 2015-2016



5.1.4. Sigaretti

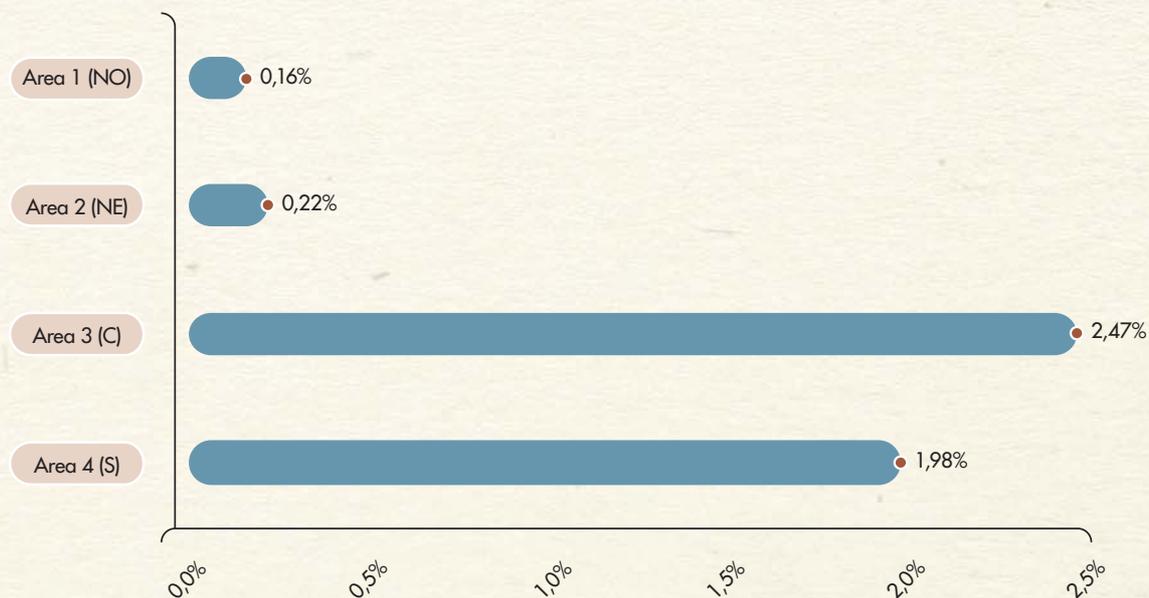
Nell'ambito dei sigaretti si osserva un aumento dei volumi distribuiti in tutte le macro aree. Il Sud presenta il tasso di incidenza più elevato, attestandosi al 33%. Seguono il Nord Ovest, con il 27,6% ed il Centro, con il 22,8%. Infine, l'Area Nord Est ha un'incidenza sul totale nazionale del 16,4%.

Vendita sigaretti per macro aree 2015-2016



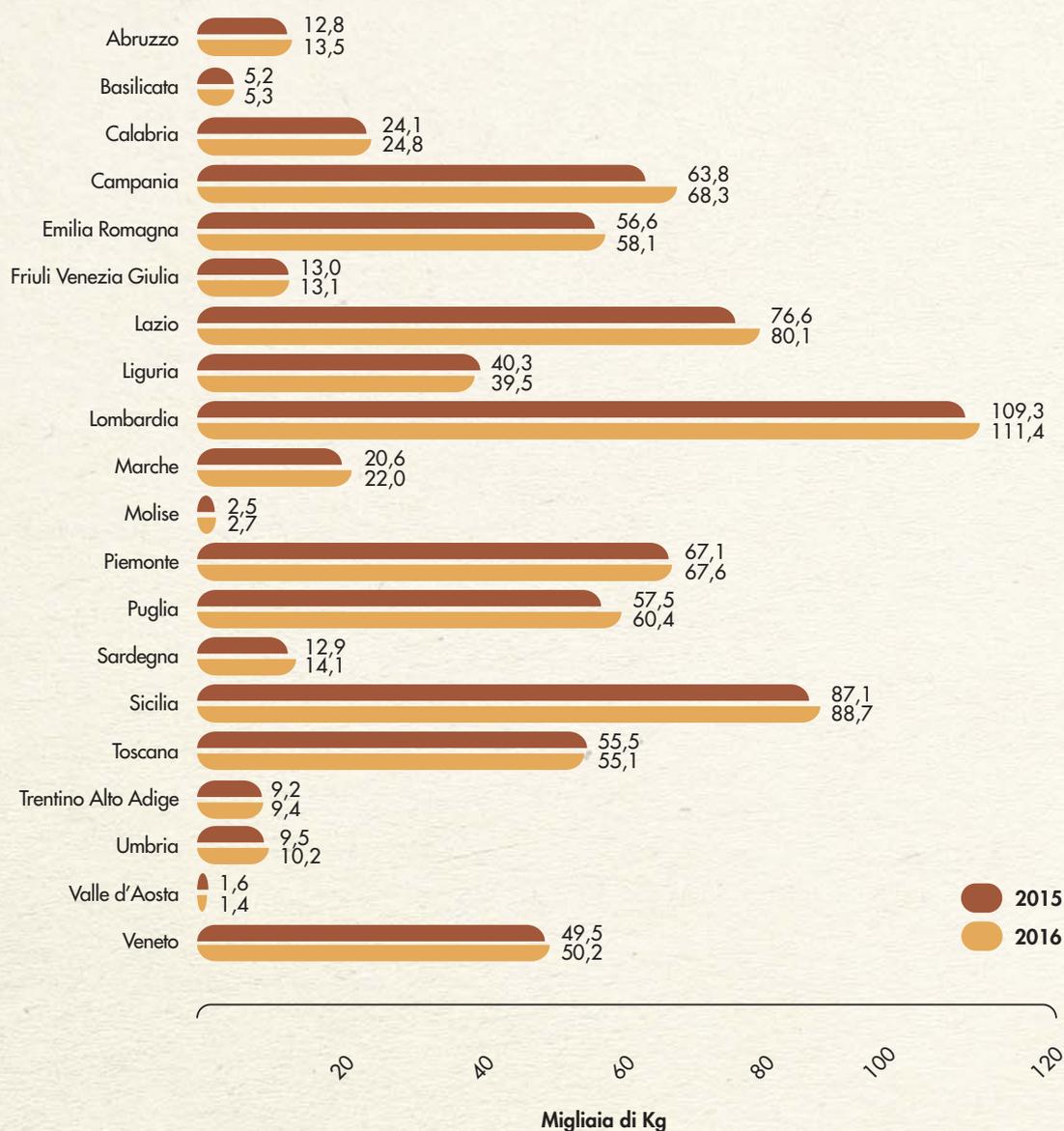
Rispetto al 2015, si osservano modeste variazioni nelle aree Nord Ovest e Nord Est (+0,2%) ed incrementi più significativi nell'Area Centro (2,5%) e nell'Area Sud (2%), che nel periodo 2015-2014 avevano registrato aumenti pari, rispettivamente, all'1,1% e al 2,2%.

Variazione vendita sigaretti per macro aree 2015-2016



La Lombardia è la prima regione in Italia, con 111,3 migliaia di chili distribuiti ed un'incidenza del 14%. Segue la Sicilia, con 88,6 migliaia di chili ed un'incidenza dell'11,1%. La terza regione è il Lazio (10,1%) con 80,1 migliaia di chili. Infine, in Campania (8,6%) si registrano 68,3 migliaia di chili distribuiti. Le quattro regioni rappresentano circa il 40% del mercato.

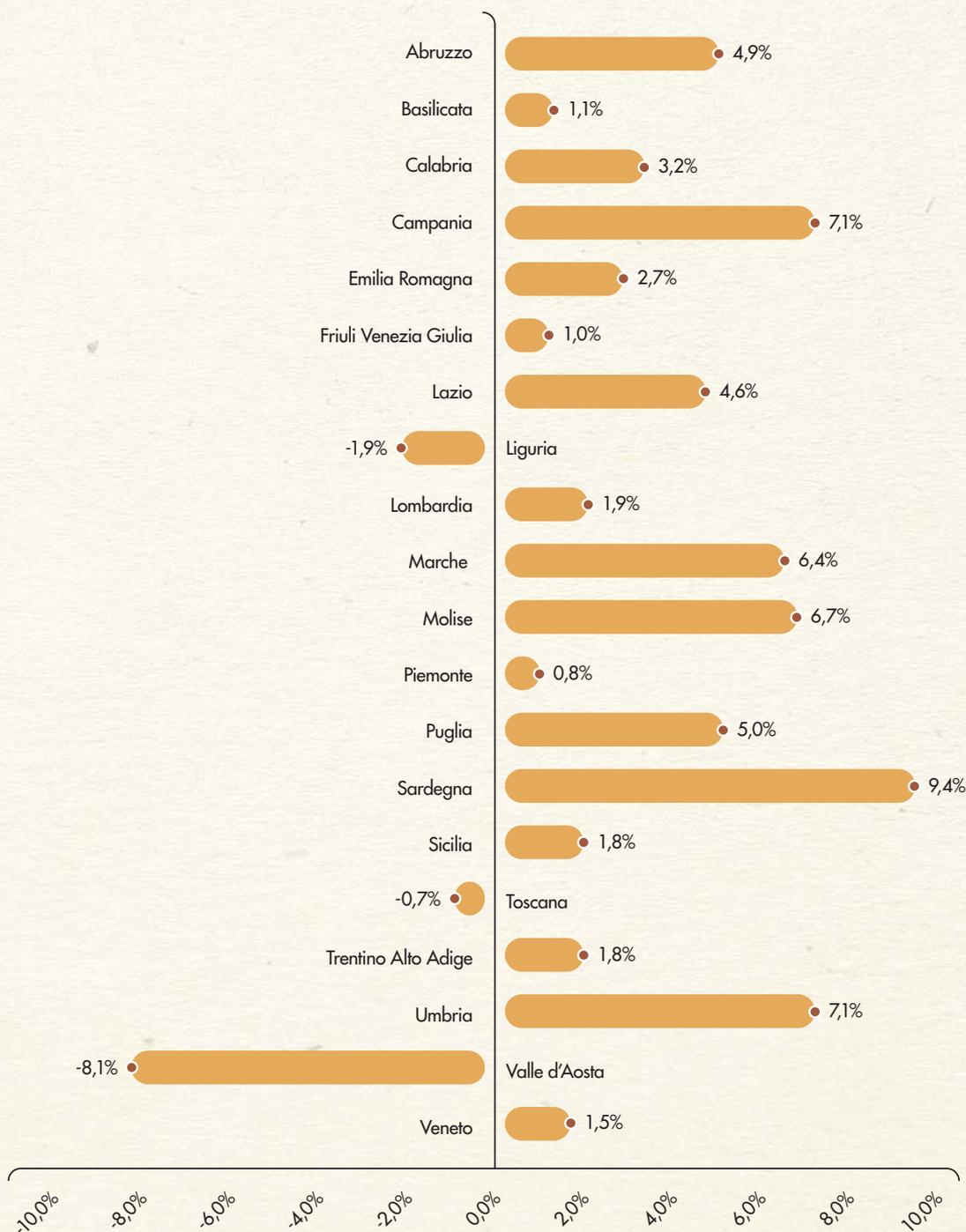
Vendita sigaretti per Regione 2015-2016



In Campania si rileva un incremento del 7,1%, in forte controtendenza con i valori del periodo 2015-2014 (-2,5%). Nelle prime due regioni, invece, non si osservano tassi di crescita particolarmente elevati: la Lombardia registra un aumento dell'1,9% e la Sicilia dell'1,8%, dal confronto con il periodo 2015-2014, tuttavia, emerge che, le stesse regioni registravano, rispettivamente, decrementi dello 0,2% e del 4,3%. Il Lazio si attesta sul 4,6%, valore decisamente superiore al calo dell'1,8% del periodo 2015-2014.

Considerando le altre regioni, si registrano contrazioni delle vendite in Liguria (-1,9%) ed in Toscana (-0,7%). È significativo il calo in Valle d'Aosta (-8,1%), seppur a fronte di un'incidenza della regione pari allo 0,2%, e la variazione positiva riscontrata in Sardegna (+0,9%), in forte controtendenza con quella registrata nel periodo 2015-2014 (-2,9%).

Variatione vendita sigaretti per Regione 2015-2016



Significativo è anche il *trend* del Friuli Venezia Giulia, che registra una crescita dell'1%, notevolmente inferiore al 3,9% osservato nel periodo 2015-2014. Da segnalare anche le Marche e il Molise, che presentano incrementi pari, rispettivamente al 6,4% e al 6,7% contro l'1% e l'1,3% del periodo 2015-2014.

Dall'analisi disaggregata a livello provinciale emerge che Roma è la prima provincia in Italia con il 7,6% di incidenza, Milano la seconda con il 4,6%, Napoli la terza con il 4,4% e Torino la quarta con il 4,3%.

6. Il mercato illecito dei tabacchi

Il contrabbando continua a rappresentare una delle maggiori criticità che il settore si trova ad affrontare.

I dati relativi ai sequestri di tabacchi lavorati operati nel 2016 dall'Agazia delle Dogane e Monopoli e la Guardia di Finanza, riportati nella tabella sottostante, registrano una flessione dei volumi e sembrano indicare che il *trend* relativo al mercato illecito sia in calo rispetto all'anno precedente.

Sequestri tabacchi - Agenzia delle Dogane e dei Monopoli

	2013	2014	2015	2016
Tabacchi di contrabbando (pacchetti)	2.922.479	3.283.103	4.334.584	2.232.084

Un dato davvero eclatante riguarda anche i sequestri di prodotti del tabacco contraffatti. Secondo le informazioni fornite dall'Agazia nel 2016 sono stati sequestrati 43.857 pacchetti, a fronte di 1.902.745 pacchetti nel 2015 e di 1.060.196 pacchetti nel 2014. Si tratta di un quantitativo che rappresenta poco meno del 2% sul totale dei prodotti del mercato illegale, oggetto di confisca.

Ciò sembra confermare la tendenza ad una sempre più marcata preponderanza, nel mercato illegale italiano, delle sigarette *illicit whites* che gli esperti ritengono aver superato ormai il 60% del totale delle sigarette di provenienza illegale.

I volumi di prodotti illeciti confiscati dalla Guardia di Finanza nel 2016, in rapporto all'anno 2015, sono anch'essi in decremento; al contrario, per quanto riguarda la Campania, i sequestri effettuati dalle Fiamme Gialle evidenziano un incremento delle quantità di prodotti illeciti rinvenuti, che costituiscono ormai circa il 50% del dato complessivo nazionale. Ciò conferma, al di là di ogni ragionevole dubbio, che il mercato illecito del tabacco ormai da tempo trova nella regione e in particolare nella provincia di Napoli, uno snodo centrale nel traffico di prodotti di origine illegale.

Sequestri tabacchi - Guardia di Finanza*

	2013	2014	2015	2016
Tabacchi lavorati (ton)	118,9	201,3	274,4	243,2

* Rapporti annuali GdF

Sequestri tabacchi - Guardia di Finanza Campania

	2013	2014	2015	2016
Tabacchi lavorati (ton)	40,8	100,8	120,6	122

È interessante anche soffermarsi sui dati forniti dal Comando Regionale GdF Puglia, indicanti una certa ripresa dei fenomeni legati al contrabbando di tabacchi in questa regione che, con oltre 30 tonnellate sequestrate, il quadruplo rispetto all'anno precedente, rappresenta circa il 12% del totale dei sequestri operati dai militari delle Fiamme Gialle a livello nazionale.

È certamente da considerare il fatto che da sole la Campania e la Puglia incidano per circa il 62% sul dato complessivo nazionale.

Ad ogni buon conto, sebbene i dati su esposti relativi al 2016 sembrano rappresentare un quadro a tinte meno fosche del precedente anno, le autorità di vigilanza e controllo, gli organi investigativi italiani ed europei e gli stessi rappresentanti istituzionali dell'Unione Europea invitano alla prudenza, a non fermarsi ad una lettura superficiale del dato relativo ai sequestri per valutare la dimensione del fenomeno del mercato illecito dei prodotti del tabacco. Nessuno, tra gli addetti al contrasto ai fenomeni elusivi in materia di tabacco, ritiene infatti che le percentuali di prodotti illeciti nel nostro Paese, ed in generale in tutto il continente, siano in diminuzione, e men che meno in misura correlata al calo delle quantità sequestrate. Al contrario, secondo le stime più accreditate⁵, la percentuale di mercato illecito nel nostro Paese non si discosterebbe dal dato del 2015, prossimo al 6%, con conseguenti mancati introiti erariali per oltre 800 milioni di euro.

Inoltre, in un recentissimo documento prodotto dalla Commissione Europea in materia di mercato illegale dei prodotti del tabacco⁶, si esplicita chiaramente che *"nonostante l'implementazione della strategia di contrasto condotta a livello europeo e nazionale negli ultimi anni, l'entità del commercio illecito nell'Unione Europea resta complessivamente alta e preoccupante"* e che *"secondo varie fonti il consumo di tabacco illegale è rimasto sostanzialmente stabile, in un range tra 55 e 65 miliardi di pezzi, nonostante il consumo di tabacco in Ue sia sostanzialmente in calo"*.

Il documento della Commissione UE chiarisce, inoltre, che negli ultimi anni la dimensione media dei singoli sequestri è diminuita ed oggi è molto meno frequente rinvenire prodotti contrabbandati in grandi quantitativi, specialmente nei containers mentre, d'altro canto, cresce la frequenza degli attraversamenti delle frontiere con quantità minori di prodotti illegali, un fenomeno in parte frutto di operazioni pianificate da gruppi della criminalità organizzata.

Infatti, le evidenze emerse delle indagini condotte in Italia e in Europa indicano che i contrabbandieri hanno modificato le strategie di diffusione dei prodotti illeciti, parcellizzando sempre di più i carichi in modo da ridurre le quantità ed utilizzando in modo più massiccio le autovetture per evitare che eventuali sequestri comportino ingenti danni alla loro economia criminale.

⁵ KPMG, Project Sun 2017

⁶ COM (2017) 235 final del 12 maggio 2017: Progress report on the implementation of the Commission Communication "Stepping up the fight against cigarette smuggling and other forms of illicit trade in tobacco products- a comprehensive EU strategy (COM (2013) 324 final

Le illicit whites. Un fenomeno in crescita nel mercato illegale

Le illicit (o cheap) whites, come abbiamo visto, hanno soppiantato di gran lunga le sigarette contraffatte nel mercato illegale dei tabacchi lavorati.

Si tratta, come noto, di sigarette fabbricate legittimamente nei Paesi d'origine a basso costo, poi "introdotte" nei Paesi dell'UE in cui non potrebbero essere commercializzate in quanto non rispettano gli standard qualitativi e sanitari imposti dall'Unione.

Bielorussia e Ucraina si contendono il primato dei Paesi da cui proviene la maggior parte delle illicit whites.

La Bielorussia, al di là di ogni valutazione di carattere quantitativo, rappresenta comunque uno snodo importantissimo nel traffico di illicit whites ed è interessante esaminare da vicino il fenomeno, anche perché l'Italia è una delle nazioni europee più investite dal flusso di sigarette illegali provenienti da quel Paese, con un danno erariale di 89 milioni di euro nel 2015⁷.

Dai sequestri effettuati dalle autorità doganali, infatti, una delle marche più rinvenute tra i prodotti di contrabbando in Europa è la Minsk, prodotta dalla Grodno Tobacco Factory Neman, di proprietà statale.

Al riguardo, è interessante rilevare che il Consiglio dei Ministri bielorusso determina le quote di produzione, supervisiona il mercato e le importazioni. Le quote di produzione destinate al mercato interno, determinate dal Consiglio dei Ministri, negli ultimi anni sono sensibilmente incrementate, senza riguardo ai consumi del mercato interno, passando da 19 miliardi nel 2004 a 30 miliardi di sigarette nel 2015 (di cui 23 prodotte dall'azienda statale Grodno). Inoltre, secondo i dati ufficiali del Belstat (Istituto di statistica nazionale), tra il 2012 e il 2014, si è registrato un incremento dell'80% delle esportazioni di sigarette, passate da 6 ad 11 miliardi⁸.

Infine, secondo quanto riportato nel Rapporto Transcrime "The Belarus Hub for illicit tobacco" del 2016, nel 2013 l'Azerbaijan ha esportato 1.275 tonnellate di tabacco greggio in Bielorussia, ma l'Istituto Belstat ha registrato, per lo stesso anno, un'importazione di sole 119 tonnellate dall'Azerbaijan. Ciò fa presupporre che parte del tabacco greggio sia stato dirottato verso siti produttivi illegali esistenti in Bielorussia.

Le istituzioni europee, consapevoli del ruolo chiave dell'Esecutivo di Minsk per affrontare in modo energico il problema, hanno recentemente attuato una strategia di dialogo e di confronto con il governo bielorusso per definire un piano di azione comune nel contrasto al fenomeno del contrabbando.

⁷ Parlamento Europeo, interrogazione a risposta scritta alla Commissione UE E-008787-16 del 24 novembre 2016 degli eurodeputati Martusciello, Sulin, Zdechovsky, Macovei

⁸ First on line: "Sigarette e contrabbando: la capitale è la Bielorussia" di Giuseppe Basile, 3 giugno 2016

7. La vendita in tabaccheria

L'andamento delle vendite effettuate dalle tabaccherie negli ultimi anni registra una progressiva contrazione.

Nella tabella sono riportati i dati relativi al quantitativo dei tabacchi venduti, al numero delle rivendite attive ed alla variazione percentuale delle vendite, sia rispetto all'anno precedente, che all'anno 2008 (quest'ultimo, in quanto anno di inizio della crisi economica globale). Nel 2016 si riscontra un'ulteriore diminuzione delle quantità dei tabacchi venduti dell'1,9%. Tale dato risulta ancor più significativo se raffrontato al dato delle vendite del 2008: -17,1%.

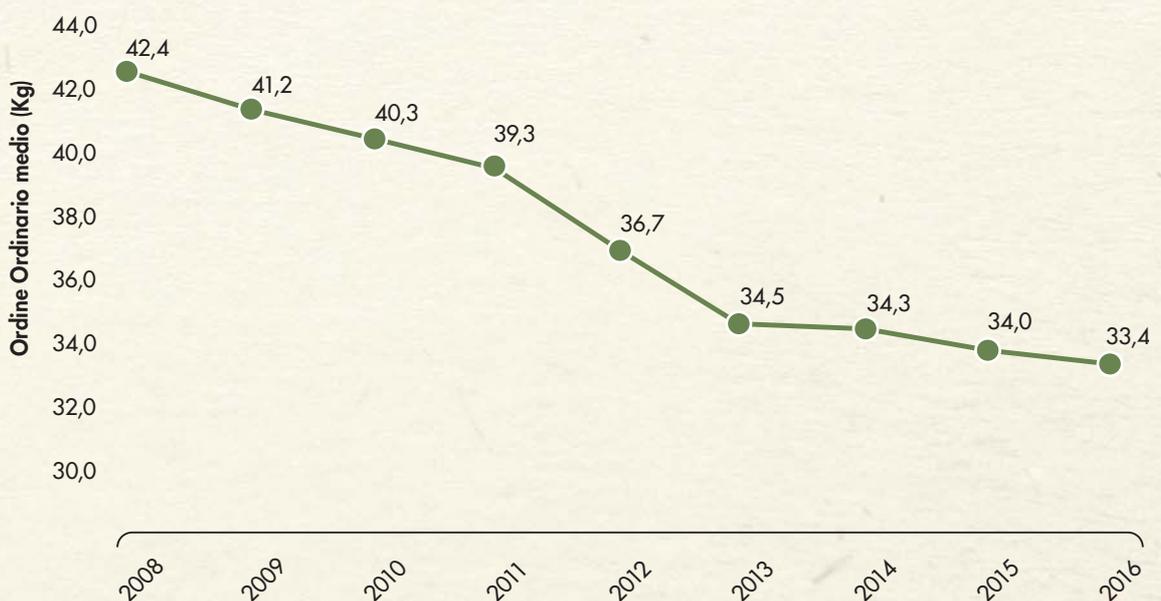
Rivendite attive e volumi venduti 2008-2016

Anno	Rivendite attive (nr)*	Quantità (Kg)	Variaz. % quantità	Variaz. % quantità risp. 2008
2016	54.725	78.327.015	-1,9%	-17,1%
2015	55.084	79.833.341	-0,5%	-15,6%
2014	55.323	80.242.786	0,6%	-15,1%
2013	55.530	79.742.970	-5,6%	-15,6%
2012	55.665	84.511.101	-6,1%	-10,6%
2011	55.760	90.003.647	-0,8%	-4,8%
2010	55.613	90.704.122	-1,5%	-4,1%
2009	55.605	92.108.971	-2,6%	-2,6%
2008	55.525	94.537.259	-	-

* rivendite che hanno effettuato almeno un prelievamento di tabacco nell'anno

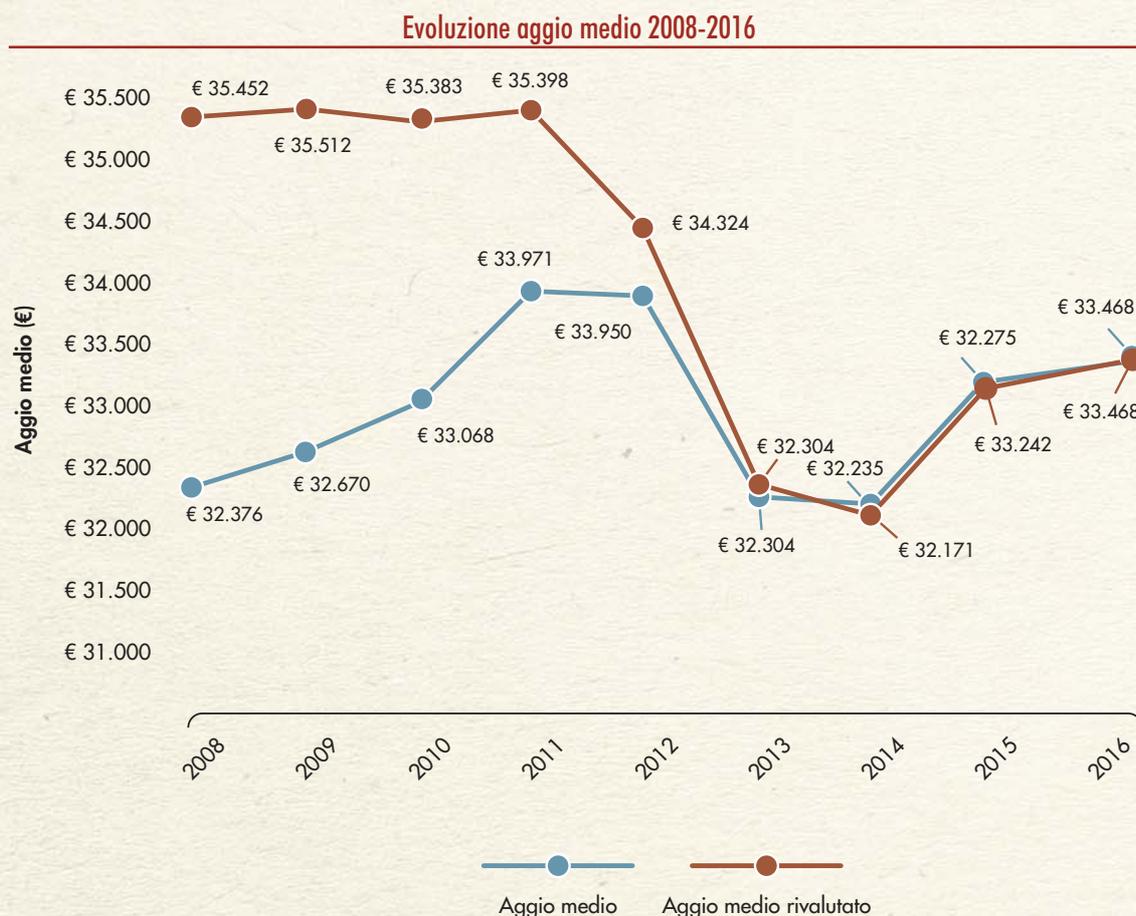
L'analisi dell'andamento dell'ordine medio effettuato dai tabaccai conferma il *trend* negativo delle vendite attestandosi su un valore di -1,76% nel 2016 rispetto al 2015 e di -21,23% se confrontato con il dato del 2008.

Evoluzione ordine medio tabaccai 2008-2016



Nel grafico che segue si confronta l'aggio⁹ medio realizzato da ciascuna tabaccheria per la vendita dei tabacchi nel periodo 2008-2016, con la rivalutazione del medesimo aggio medio sulla base dell'indice dei prezzi Istat per le rivalutazioni monetarie (FOI - Coefficiente per tradurre valori monetari di determinati periodi in valori del 2016).

Il risultato ottenuto evidenzia una complessiva perdita di remuneratività da parte della rete dei tabaccai. Infatti, nonostante si registri un lieve incremento dell'aggio negli ultimi due anni, nell'ambito di un'analisi di lungo periodo, che consideri il confronto del dato dell'aggio medio del 2016 (pari a 33.468 euro) con l'aggio medio rivalutato del 2008 (pari a 35.452 euro), emerge una differenza reddituale negativa del 5,6%.



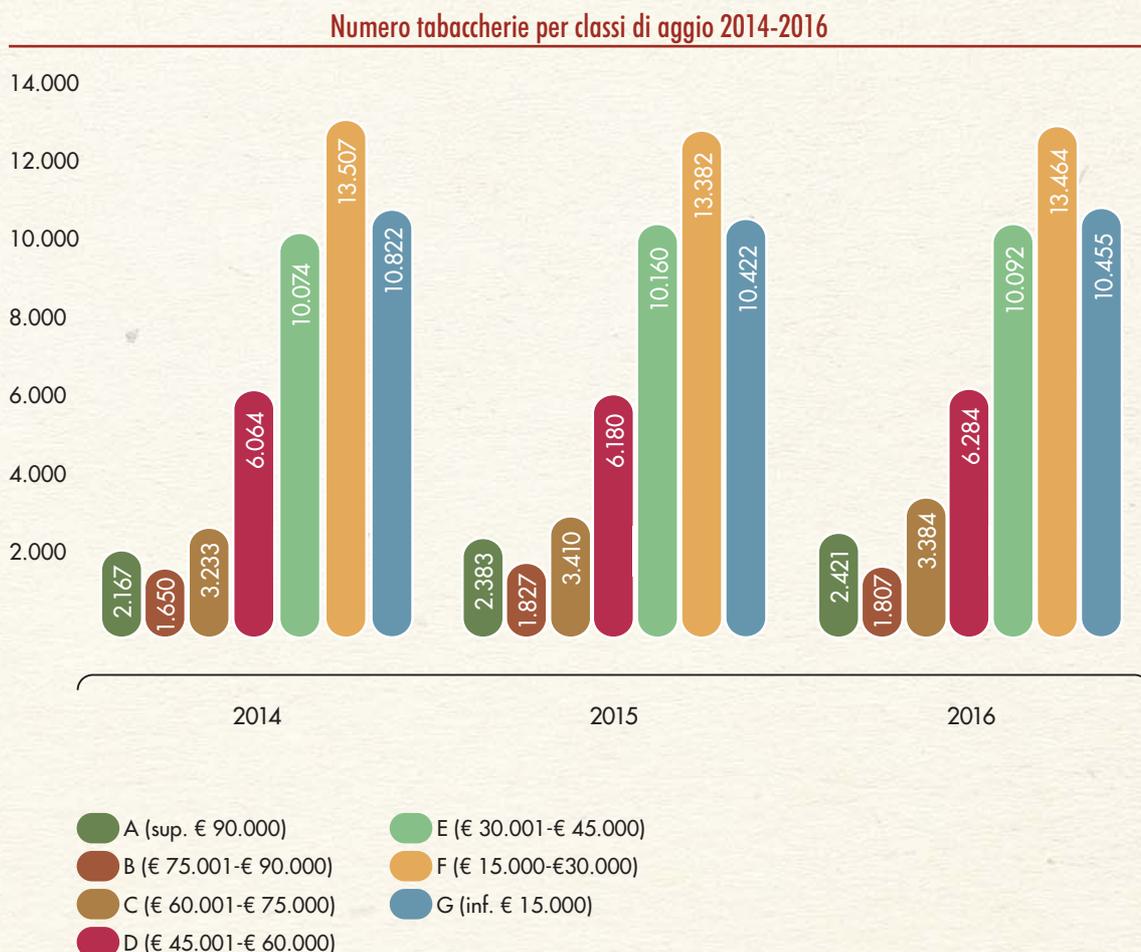
7.1. Le classi di aggio

Un maggior dettaglio è offerto dall'analisi degli aggi prodotti dalle tabaccherie suddivise in sette fasce:

- A - aggi superiori a € 90.000;
- B - aggi da € 75.001 a € 90.000;
- C - aggi da € 60.001 a € 75.000;
- D - aggi da € 45.001 a € 60.000;
- E - aggi da € 30.001 a € 45.000;
- F - aggi da € 15.001 a € 30.000;
- G - aggi fino a € 15.000.

⁹ Aggio = margine fisso riconosciuto per legge al tabaccaio sulla base del prezzo di vendita al pubblico

L'indagine si sofferma sulle tabaccherie che, in ciascun anno, hanno prelevato regolarmente tabacchi e realizzato 12 mesi di fatturato¹⁰.



Il grafico evidenzia come le 47.907 rivendite attive nel 2016 si distribuiscono principalmente in tre fasce di aggio, rappresentative del 70% della rete. Tra queste, la maggiore numerosità, pari al 28% delle rivendite attive, si riscontra in quella da 15.000 a 30.000 euro (fascia F), con un aggio medio di 22.352 euro. Un dato quest'ultimo sul quale riflettere, poiché l'aggio tabacchi, al lordo dei costi diretti connessi e della tassazione, non può evidentemente costituire l'unica fonte di sostentamento dell'attività.

Analoga considerazione vale sia per la fascia da 30.000 a 45.000 euro (fascia E), nella quale si registra un aggio medio di 36.997 euro, che per quella con un aggio inferiore a 15.000 euro (fascia G), rappresentative rispettivamente del 21% e 22% della rete. Da evidenziare che nella fascia G si collocano circa 10.455 rivendite con un aggio medio pari a 8.944 euro e che, tra esse, ben 4.500 sono ubicate in circa 3.000 comuni con popolazione residente al di sotto dei 5.000 abitanti. Tale dato avvalorata il ruolo di presidio sul territorio svolto dalle rivendite ubicate nei piccoli comuni, nonostante il guadagno derivante dalla vendita dei tabacchi sia particolarmente esiguo.

¹⁰ Sono state escluse, invece, circa 6.800 tabaccherie che non hanno effettuato prelievi costanti in quanto rivendite stagionali, ovvero di nuova istituzione o, ancora, interessate da eventi straordinari (es. ristrutturazione dei locali, calamità nazionali) che ne hanno impedito lo svolgimento regolare dell'attività durante tutto l'anno.

Nella fascia di aggio da 45.000 a 60.000 euro (fascia D), troviamo 6.284 rivendite con aggio medio di 51.774 euro. Tale fascia, che rappresenta il 13% della rete, disegna la linea di demarcazione tra le rivendite che da un punto di vista economico hanno grosse difficoltà a mantenere il servizio di vendita basato sui tabacchi e quelle che, invece, possono iniziare a considerare il tabacco un business per l'attività imprenditoriale. Una prerogativa che appartiene alle tabaccherie presenti nella fascia di aggio da 60.001 e 75.000 euro (fascia C), rappresentative del 7% della rete, che producono un aggio medio di 66.879 euro, e riconoscibile, ancor di più, in quelle della fascia di aggio da 75001 a 90.000 euro (fascia B), rappresentative del 3,8% della rete.

La fascia di aggio superiore a 90.000 euro (fascia A) raggruppa 2.421 tabaccherie, con un aggio medio di 125.047 euro. La composizione della classe è molto eterogenea ed include anche rivendite che beneficiano di favorevoli condizioni di ubicazione sul territorio. Si fa riferimento, in particolare, a sette rivendite ubicate nel Comune di Ventimiglia che complessivamente nel 2016 si sono suddivise un aggio di oltre 7,7 milioni di euro. Evidentemente la fascia A non è rappresentativa delle condizioni economiche in cui versano le tabaccherie, costituendo solo il 5% del totale delle rivendite attive.

In conclusione, nel corso del 2016, oltre il 70% delle tabaccherie – ricomprese nelle fasce C, D ed E – hanno prodotto un aggio tabacchi che non ha consentito la necessaria sostenibilità economica.

7.2. Il reddito della tabaccheria

Le dichiarazioni dei redditi¹¹ presentate dai rivenditori di generi di monopolio consentono di avere una visione complessiva sull'andamento economico dell'attività, al di là di quanto realizzato dalla sola vendita dei tabacchi.

¹¹ Al momento della redazione del presente Rapporto i dati reddituali disponibili sono relativi all'anno d'imposta 2015, dato che le dichiarazioni dei redditi per l'anno 2016 si presenteranno a settembre 2017

Redditi tabaccherie con dipendenti e senza dipendenti 2008-2014

Redditi tabaccherie	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variaz. % 2014 su 2008	Variaz. % 2015 su 2008	Variaz. % in euro 2014 su 2008	Variaz. % in euro 2015 su 2008
var. % su anno prec.		-3,39%	-2,05%	4,27%	-4,60%	-4,98%	-0,33%	1,57%	-10,85%	-9,44%	-6.195	-5.393
Reddito tabaccherie con dipendenti	€ 57120,42	€ 55 183,28	€ 54.053,52	€ 56.361,69	€ 53.767,44	€ 51.091,86	€ 50.925,34	€ 51.727,37				
Reddito tabaccherie senza dipendenti	€ 39.765,49	€ 38.535,06	€ 37.633,18	€ 39.322,05	€ 37.421,37	€ 36.013,83	€ 35.791,23	€ 36.678,59	-9,99%	-7,76%	-3.974	-3.087

Dalla lettura dei redditi dichiarati da circa 28.000 soggetti che si sono identificati all'Agenzia delle Entrate come tabaccai e la cui attività prevalente di tabaccheria, emerge l'immagine di una categoria che negli anni si sta impoverendo. I redditi dichiarati nell'arco temporale preso in esame (2008-2015) sono diminuiti di oltre il 9% per le tabaccherie che hanno personale dipendente e di circa l'8% per quelle prive di personale.

La principale fonte di guadagno delle tabaccherie (vendita di tabacchi e attività di ricevitoria), caratterizzata da una marginalità fissa degli aggi, non trova un'adeguata remunerazione nei costi necessari per il mantenimento dell'attività che, tra l'altro, nel tempo hanno subito un incremento sia nell'entità che nella tipologia. In particolare, all'incremento costante dei costi fissi di struttura quali locazioni, dipendenti ed utenze, se ne sono aggiunti di ulteriori, cosiddetti variabili, connessi all'introduzione nelle tabaccherie di nuove attività e servizi che hanno imposto al titolare un aumento delle ore di lavoro. Un dato che emerge con chiarezza dalle dichiarazioni dei redditi considerate, nelle quali è indicato un significativo importo per il ricorso alle prestazioni di collaboratori occasionali, pari ad oltre 10.000 euro per le tabaccherie senza dipendenti e ad oltre 16.000 euro per quelle con dipendenti.

È interessante notare, quindi, che nell'intento di preservare ed incrementare il reddito d'impresa, i tabaccai hanno ampliato l'offerta commerciale nei confronti della clientela con l'introduzione di numerosi servizi, per lo più di pubblica utilità (quali per esempio la riscossione dei tributi locali, i voucher INPS¹², le ricariche telefoniche, il pagamento delle utenze, ecc.), che tuttavia hanno implicato un aggravio gestionale dell'attività complessivamente esercitata, con un conseguente sovraccarico di lavoro: dal disbrigo di pratiche amministrative, ai rapporti con banche, fornitori e commercialisti.

Attività, quest'ultime, per le quali il rivenditore si trova a dover ricorrere, soprattutto in determinati periodi dell'anno, a forme di prestazione lavorativa occasionale non essendo sostenibile, in considerazione del basso reddito prodotto, un inserimento nell'attività di personale stabile aggiuntivo. Fermo restando che, anche in tale ipotesi e con un'attività profusa dal tabaccaio che spesso va ben oltre le 12 ore al giorno, la stessa produttività, calcolata per ora di lavoro, tende ulteriormente a ridursi.

Peraltro, i redditi dichiarati, esposti nella relativa tabella, sono al lordo di qualsiasi tassazione gravante sugli stessi. Tra imposte dirette, indirette, oneri previdenziali ed assistenziali, il tabaccaio si trova concretamente a disporre di redditi veramente esigui, in alcuni casi anche al di sotto del 50% di quanto dichiarato al fisco.

¹² I voucher INPS sono stati aboliti nel corso del 2017

REGOLE E AFFIDABILITA'



INNOVAZIONE ●

● SOSTENIBILITÀ



EFFICIENZA ●

● LEGALITÀ
E SICUREZZA

SCENARI FUTURI

1. Introduzione

I dati che emergono dal presente Rapporto descrivono per l'anno 2016 un mercato caratterizzato da un *trend* negativo che, contrariamente alle aspettative di stabilizzazione e consolidamento ipotizzabili alla luce delle risultanze riferibili all'anno 2015, è tutt'ora instabile ed alla ricerca di equilibrio.

La disciplina normativa assunta nel tempo a livello nazionale ed unionale rappresenta un punto fermo per la tenuta di un settore complesso nel quale l'affidabilità della rete distributiva costituisce una condizione di necessità per il perseguimento degli interessi sottesi.

La stessa Direttiva UE sui prodotti del tabacco ha certamente avuto un forte impatto anche sulla rete distributiva e ha evidenziato la capacità del sistema di adattarsi immediatamente alle nuove prescrizioni di derivazione europea, mantenendo, al contempo, le proprie caratteristiche in termini di affidabilità e livelli di servizio.

Come si vedrà, l'evoluzione normativa e del contesto socio-economico di riferimento ripropongono vecchie sfide e nuovi scenari con riferimento a temi di grande rilievo che continueranno ad impegnare fortemente il comparto nel futuro.

2. Lotta all'illecito

Il mercato illecito dei prodotti del tabacco, come già rilevato, è un fenomeno ben lungi dall'essere in regressione, che assume caratteristiche e dimensioni molteplici ed è in continua evoluzione.

Le *illicit whites*, come già sottolineato, rappresentano la nuova e certamente più importante forma del fenomeno, a cui si ricollegano nuove dinamiche e modalità operative rispetto alle quali è necessario adottare misure di contrasto specifiche.

Occorre elaborare una definizione univoca e condivisa a livello europeo ed internazionale del fenomeno a partire dalla quale delineare un quadro regolamentare e sanzionatorio specifico, anche attraverso l'intensificazione della cooperazione tra le autorità coinvolte, che consenta di affrontare più efficacemente il problema.

È acclarato che il mercato illecito dei tabacchi costituisca una fonte tra le più importanti per il finanziamento delle grandi organizzazioni criminali e terroristiche, creando pericolose sinergie transnazionali.

Occorre, quindi, prendere piena coscienza della caratteristica transnazionale del mercato illecito per definire un quadro regolamentare puntuale che riguardi le attività di prevenzione e repressione, rielaborando l'impianto sanzionatorio legato alle violazioni di carattere fiscale e doganale.

Esperti e giuristi internazionali concordano sulla necessità di un approccio multidisciplinare nella lotta al mercato parallelo, soprattutto perché la stretta correlazione fra traffico illecito di sigarette e grandi gruppi criminali ed organizzazioni terroristiche impone un ripensamento delle strategie di contrasto finora adottate.

In primo luogo, in ambito investigativo, a livello locale appare indifferibile il miglioramento delle tecniche di indagine di alcuni Stati membri che tuttora non posseggono delle unità anticrimine specializzate nelle violazioni in materia fiscale e di tutela dei diritti di proprietà intellettuale e, soprattutto, in grado di ampliare il raggio d'azione su tutti i fronti della criminalità organizzata internazionale. In questo senso la Direzione Nazionale Antimafia italiana viene proposta come un modello di *best practice* quale esempio di alta specializzazione della figura del Pubblico Ministero.

A livello unionale, la creazione di un'unità speciale presso Europol, dedicata alla lotta alle violazioni in materia di diritti di proprietà intellettuale, con lo scopo di coordinare ed armonizzare gli strumenti di contrasto al fenomeno, rappresenta un buon punto di partenza, così come è auspicabile la piena operatività della figura del Procuratore Europeo per la tutela penale degli interessi finanziari dell'UE in grado di intervenire con indagini a tutto campo e di coordinare le attività investigative dei pubblici ministeri degli Stati membri.

Il costante sviluppo tecnologico, di cui si avvalgono con crescente interesse le organizzazioni criminali, inoltre, impone l'adozione di misure sempre più all'avanguardia nel contrasto al traffico illecito di beni. In particolare, come rileva Europol nel suo recentissimo Rapporto "*Serious and Organised Crime Threat Assessment. Crime in the age of technology (2017)*", si evidenzia il pericolo che si cela in internet, dietro il network Darknet, costituito da software nati per proteggere privacy e relazioni di affari confidenziali e che in brevissimo tempo si è trasformato in un comodo sistema per svolgere attività di contrabbando di prodotti del tabacco, farmaceutici, droghe sintetiche, ecc...

Europol mette perciò in guardia gli Stati UE relativamente alla rapida espansione della vendita on line di vari beni di provenienza illecita, fra cui anche i tabacchi e alla necessità che ciascuno Stato intraprenda adeguate e sollecite azioni di contrasto.

Proprio in quest'ottica, il 9 febbraio 2017 la Federazione Italiana Tabaccai e la Guardia di Finanza hanno siglato un protocollo d'intesa al fine di prevenire, ricercare e contrastare i fenomeni di contrabbando e contraffazione dei prodotti del tabacco e dei suoi derivati sviluppatasi per via telematica. Si tratta di un importante passo in avanti nella direzione di una sempre più stretta collaborazione tra rete legale di vendita ed organi di vigilanza e controllo, a presidio del consumo lecito di un prodotto del tutto peculiare.

Per quanto riguarda l'ambito regolamentare, infine, occorre al più presto rivedere la materia delle sanzioni sulle violazioni in materia doganale e fiscale ad oggi unanimemente considerate non più rispondenti alle esigenze di combattere con strumenti efficaci la malavita organizzata.

3. Tracciabilità

Il nuovo sistema di tracciabilità previsto dalla Direttiva tabacco rappresenterà certamente un importante strumento di contrasto al fenomeno illecito.

Come noto l'Unione Europea ha avviato l'iter per dare attuazione alle previsioni relative alla tracciabilità del prodotto. La Commissione è, infatti, al lavoro per l'adozione di atti delegati e di esecuzione che dovranno definire i dettagli applicativi delle misure comunitarie che gli operatori saranno chiamati ad attuare a partire dal 20 maggio 2019.

Le nuove disposizioni prevedono l'identificazione di ciascuna confezione unitaria attraverso un identificativo univoco e l'estensione della tracciabilità del prodotto dalla manifattura fino alla prima rivendita. Un sistema complesso, certo non privo di impatti dal punto vista operativo e che richiederà un forte impegno degli operatori, i quali, tuttavia, si stanno responsabilmente preparando ad adeguarsi al disposto comunitario, nella convinzione che l'attuazione delle nuove misure, attraverso tecnologie e strumenti avanzati, permetterà la tracciatura e rintracciabilità del prodotto in modo ancor più efficace.

In tal senso, è importante che le istituzioni coinvolte adottino misure applicative effettivamente coerenti con quanto definito dalla Direttiva e con l'obiettivo prefissato, accessibili a tutti gli attori del settore, nonché concretamente realizzabili e realmente correlate con la realtà del fenomeno illecito e il contesto operativo e industriale degli operatori chiamati quotidianamente ad attuarle.

4. Plain Packaging

Il contesto regolamentare in cui si colloca il settore del tabacco, come già evidenziato, è particolarmente complesso e ha visto negli ultimi anni importanti evoluzioni.

In alcuni casi, tuttavia, si è assistito ad interventi legislativi radicali e rischiosi, come il cosiddetto pacchetto generico o *plain packaging*.

Con il termine *plain packaging* si fa riferimento ad una misura atta a limitare o proibire l'uso di loghi, colori, marchi figurativi o informazioni promozionali diverse dai marchi denominativi o dai nomi dei prodotti sui pacchetti di sigarette (o altri prodotti del tabacco). In sostanza, si tratta di pacchetti che devono avere tutti lo stesso colore e i marchi e i nomi del prodotto devono essere indicati sempre con lo stesso carattere e dimensione.

Facendo seguito all'esempio dell'Australia, il primo Stato nel mondo ad aver introdotto il pacchetto generico nel 2012, anche in Europa, si è assistito a simili proposte che in alcuni casi si sono tradotte in provvedimenti normativi specifici. Francia, Regno Unito, Norvegia, Irlanda e Ungheria infatti, hanno già adottato tale misura mentre in Slovenia, Finlandia e Belgio le proposte di legge sono ancora in discussione.

A fronte di tali iniziative, innanzitutto, occorre sottolineare che la nuova direttiva tabacco (2014/40/UE) all'art. 24, comma 2, assunto come riferimento normativo per l'introduzione del *plain packaging*, raccomanda che eventuali interventi sul confezionamento dei prodotti devono essere adottati nel rispetto del principio di proporzionalità e non costituire mezzo di discriminazione arbitraria o di restrizione dissimulata al commercio tra gli Stati membri e che debbano essere giustificati da motivi sanitari, tenendo conto dell'elevato livello di protezione della salute perseguito dalla direttiva stessa. Dal principio di proporzionalità deriva che le misure adottate dagli Stati membri devono essere appropriate ed adeguate al perseguimento dell'obiettivo per cui sono state introdotte. Al contrario alcuni Paesi, hanno deciso di adottare una misura così restrittiva e limitativa come quella del pacchetto generico a priori, prima ancora di poter valutare gli effetti concreti della nuova direttiva di settore e anzi travalicandone le disposizioni.

Il *plain packaging*, inoltre, rimuovendo gli elementi caratteristici dei marchi presenti sui prodotti del tabacco, appare in contrasto con la tutela dei diritti di proprietà intellettuale garantita a livello europeo e internazionale. Il Regolamento 2017/1001 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 giugno 2017 sul marchio dell'Unione europea definisce e

tutela il marchio in tutti gli Stati membri. Nessuno può subire una restrizione del proprio diritto di proprietà, se non in casi di interesse pubblico o pubblica utilità e comunque a fronte del pagamento di una giusta indennità per la perdita subita, obbligo di compensazione che non viene menzionato nelle norme già introdotte o presentate a livello europeo. Il *plain packaging*, invece, annienta il carattere distintivo del *brand* poichè i marchi non sono visibili ai consumatori al momento della scelta del prodotto.

Un pacchetto dal confezionamento standardizzato, completamente privo di caratteristiche identificative, è inoltre certamente più facile da riprodurre e quindi più esposto a fenomeni contraffattivi e illeciti, con gravi ricadute in termini sanitari ed erariali.

L'eliminazione della possibilità di differenziare il prodotto attraverso il *packaging*, rappresenta anche un forte disincentivo a qualsiasi investimento sulla qualità e sulle tecnologie collegate al prodotto.

A tal proposito, occorre sottolineare che le Istituzioni italiane hanno manifestato concretamente la propria contrarietà all'adozione di tali misure dai risultati del tutto incerti e per contro con impatti critici ben evidenti, orientamento che si auspica possa continuare ad essere rappresentato con forza in tale ambito anche nel futuro.

5. Nuovi prodotti e scenari evolutivi

Sono state fin qui descritte alcune delle principali criticità che il settore si trova ad affrontare.

E proprio di fronte a tali considerazioni è importante sottolineare il percorso tracciato dagli operatori per rispondere positivamente alle continue evoluzioni che il mondo del tabacco è chiamato ad affrontare. Il *know how* acquisito e l'affidabilità del sistema sono al servizio dello sviluppo di nuove tecnologie e nuovi prodotti, con importanti investimenti, per continuare a migliorare il sistema e creare ulteriori prospettive, in un percorso che possa rispondere sempre meglio alle istanze correlate alla tutela della salute e al gettito.

Trovare risposte che consentano di superare i problemi ed affrontare le nuove sfide presuppone anche in questo caso che vi sia un quadro legislativo chiaro che possa costituire un punto di riferimento per gli operatori del settore.

A fronte di nuovi eventuali interventi normativi che potrebbero delinearsi con riferimento a nuovi settori o prodotti a tutt'oggi solo potenzialmente oggetto di interesse, occorre evitare incertezze regolamentari, come accaduto per certi versi nel caso delle sigarette elettroniche, al fine di definire adeguate condizioni per il raggiungimento di obiettivi di tutela della salute e di gettito erariale.

Un'occasione utile potrebbe essere proprio quella di definire regole chiare e precise nel settore delle sigarette elettroniche per le quali sussistono esigenze di tutela della salute e di natura fiscale che, in quanto assimilabili a quelle riferibili al tabacco, presuppongono l'individuazione di canali distributivi affidabili e costantemente controllabili. Analogo discorso per quel che riguarda la distribuzione della cosiddetta *marijuana light*¹³, fenomeno destinato a crescere nel tempo, per il quale appare in prospettiva indifferibile la necessità di colmare un vero e proprio vuoto normativo che, a tutt'oggi, consente che i prodotti siano immessi sul mercato finale sfuggendo a qualsiasi tipo di controllo.

¹³ Si tratta di infiorescenze ricavate dalle piante della canapa con un contenuto di principio attivo THC tra 0,2 e 0,6 da destinare agli usi industriali di cui alla Legge 246/2016 che tuttavia appare immediatamente fumabile

6. Conclusioni

Come si è avuto modo di sottolineare le sfide a cui il mondo del tabacco è chiamato a rispondere sono ancora numerose, in qualche caso per la riproposizione di problematiche già note che, tuttavia, nel tempo hanno assunto configurazioni diverse o in altri casi per il delinearsi di nuovi ambiti d'azione che possono rappresentare, talvolta, nuove opportunità.

Il mercato illecito, fenomeno capace di adeguarsi alle evoluzioni del mercato legale con grande dinamicità, resta indiscutibilmente una delle criticità che continua a colpire il settore. La riproposizione del problema non deve far abbassare la guardia, ma anzi spingere ad indagarne ancor più attentamente le nuove caratteristiche per definire un approccio istituzionale e operativo sempre più adeguato.

La stessa sensibilità dovrebbe essere riservata anche alle altre criticità correlate al mondo del tabacco che sono talvolta frutto di un approccio che appare dettato più dalla mancanza di un'analisi effettiva e di una completa visione del settore che dalla verifica della reale efficacia degli interventi prospettati.

L'evoluzione normativa che ha interessato il comparto negli ultimi anni, inoltre, è stata particolarmente impegnativa anche per gli impatti che ne sono derivati sul mercato e sull'operatività degli attori economici coinvolti.

E tuttavia a fronte di tali cambiamenti il settore ha reagito, mantenendo le proprie caratteristiche distintive e assicurando la gestione di tali evoluzioni con un immodificato livello di sicurezza, impegnandosi nel contempo fortemente nell'innovazione.

In tale contesto, assume una posizione di assoluta centralità l'attuale sistema distributivo che, grazie alla consolidata affidabilità e professionalità, costituisce la migliore garanzia contro i fenomeni distorsivi del mercato, sia con riferimento ai prodotti tradizionali, sia a quelli di nuova generazione e sia a quelli di possibile futura immissione, nonché per l'adeguato perseguimento degli obiettivi sanitari ed erariali posti alla base del settore.

Lo sguardo è rivolto al futuro potendo contare sulla salda e determinante esperienza del passato con un impegno forte e concreto nella sostenibilità e nello sviluppo del comparto.

È chiaro, quindi, che l'attenzione delle Istituzioni rappresenta un aspetto fondamentale, un'attenzione che sia fondata sulla visione completa delle caratteristiche del settore, anche attraverso l'interazione con gli stessi operatori che lo compongono e che possa guidare ad interventi coerenti e concreti che consentano il raggiungimento di obiettivi fiscali e di tutela della salute e, al contempo, possano assicurare il perseguimento della sostenibilità dell'intero comparto.

APPENDICE

L'analisi degli aggi medi delle tabaccherie

Lo studio dell'andamento degli aggi dei tabaccai nel periodo 2008-2016 mette in rilievo una perdita reale subita da ciascuna rivendita di generi di monopolio pari a 1.984 euro.

Evoluzione aggio medio e aggio medio rivalutato 2008-2016

Anno	AGGIO MEDIO			Indice FOI al 2015	AGGIO RIVALUTATO		
	Rivendite attive (nr)*	Euro	Variaz. % risp. 2008		Rivalutazione (€)	Variaz. % risp. 2008	Variaz. in valore risp. 2008
2008	55.525	€ 32.376		1,095	€ 35,452	-	-
2009	55.605	€ 32.670	0,9%	1,087	€ 35.512	0,2%	€ 60
2010	55.613	€ 33.068	2,1%	1,070	€ 35.383	-0,2%	- € 69
2011	55.760	€ 33.971	4,9%	1,042	€ 35.398	-0,2%	- € 54
2012	55.665	€ 33.950	4,9%	1,011	€ 34.324	-3,2%	- € 1.129
2013	55.530	€ 32.304	-0,2%	1,000	€ 32.304	-8,9%	- € 3.148
2014	55.323	€ 32.235	-0,4%	0,998	€ 32.171	-9,3%	- € 3.281
2015	55.084	€ 33.275	2,8%	0,999	€ 33.242	-6,2%	- € 2.210
2016	54.725	€ 33.468	3,4%	-	€ 33.468	-5,6%	- € 1.984

Questa perdita si conferma anche se si tiene conto della variabile del numero delle tabaccherie attive nel 2008 e nel 2016, prendendo come riferimento il numero delle rivendite attive nel 2016 ed eliminando il valore di mercato attribuibile alle stesse.

Se invece si mantenesse costante il valore del mercato 2008 e quindi dividendo l'aggio complessivo prodotto dalle 55.525 rivendite attive del 2008 per il numero di rivendite attive nel 2016 e rivalutando l'aggio medio ottenuto, si arriverebbe ad una perdita media pro-capite di 2.500 euro.

Analizzando la variazione intervenuta negli aggi medi di ciascuna rivendita, tra il 2014 ed il 2016, si assiste nel 2015 ad un incremento del 3,2%, che arriva al 3,3%, corrispondente a 1.071 euro, rivalutato attraverso l'utilizzo dell'indice FOI (Coefficiente Istat per trarre valori monetari di determinati periodi in valori del 2016) e nel 2016 ad un incremento dello 0,6%, che arriva al 4%, corrispondente a 1.297 euro rivalutati.

Variazione aggio medio 2016-2014

Anno	Rivendite attive (nr)	Euro	Variazione % risp. anno precedente	Indice FOI al 2016	Rivalutazione (€)	Variazione % risp. 2014	Variazione in valore risp. 2014
2014	55.323	€ 32.235		0,998	€ 32.171		
2015	55.084	€ 33.275	3,2%	0,999	€ 33.242	3,3%	€ 1.071
2016	54.725	€ 33.468	0,6%		€ 33.468	4,0%	€ 1.297

Tuttavia, l'incremento dell'importo dell'aggio pro-capite si attenua se il dato base cui riferirsi si fissa al numero delle rivendite del 2016, pari a 946 euro.

Variazione aggio medio 2016-2014 su base rivendite 2016

Anno	Rivendite attive (nr)*	Euro	Variazione % risp. anno precedente	Indice FOI al 2016	Rivalutazione (€)	Variazione % risp. 2014	Variazione in valore risp. 2014
2014	54.725	€ 32.587		0,998	€ 32.522		
2015	54.725	€ 33.493	2,78%	0,999	€ 33.460	2,8%	€ 937
2016	54.725	€ 33.468	-0,08%		€ 33.468	0,03%	€ 946

In questo caso, il risultato è maggiormente realistico, poiché basato sulla dimensione attuale della rete delle tabaccherie.

L'analisi delle principali componenti contabili delle tabaccherie

L'analisi della gestione della tabaccheria, in termini di costi e ricavi caratteristici, fornisce un valido strumento per approfondirne la relativa redditività. L'idea è quella di verificare se l'esito ottenuto dalla disamina esposta nel Capitolo 2 possa trovare riscontro nei dati reddituali delle tabaccherie che, come noto, sono caratterizzati non solo dagli aggi dei tabacchi, ma anche da ricavi derivanti da una molteplicità di beni e servizi offerti alla clientela.

Nell'ambito di tale analisi, è stato interessante verificare se la contrazione degli aggi dei tabacchi potesse essere mitigata da incrementi di ricavi di altro genere, al fine di analizzare il comparto nel complesso, studiandone le dinamiche interne in termini di potenzialità evolutive o, quantomeno, di sostenibilità economica.

Nota metodologica dell'analisi sui costi ed i ricavi delle tabaccherie

Lo studio trae spunto dai risultati degli Studi di settore compilati dalle tabaccherie che hanno denunciato la predetta attività come prevalente, rispetto alle altre attività esercitate nel medesimo locale.

Per attività prevalente si intende quella dalla quale il contribuente ritrae il maggior ammontare di ricavi durante l'anno, rispetto ad altre eventuali attività esercitate.

Nello specifico, per attività di tabaccheria deve intendersi quella per la quale i ricavi derivanti dall'attività di prodotti soggetti ad aggio/margine fisso risultino prevalenti: tabacchi - valori bollati - postali - tessere e ricariche telefoniche - attività di ricevitoria lotto - vendita di biglietti delle lotterie - biglietti per il trasporto pubblico e ferroviario ecc....

I contribuenti che rispettino le caratteristiche sopra indicate sono tenuti alla compilazione dello Studio di settore denominato "Commercio al dettaglio di generi di monopolio (tabaccheria)", di cui al codice ATECO 47.26.00.

L'analisi è stata condotta su dati ufficiali ed aggregati forniti dall'Agenzia delle Entrate, dichiarati da circa 28.000 contribuenti nel suddetto Studio di settore, nei periodi di imposta dal 2008 al 2015 (gli Studi di settore relativi all'anno 2016 non sono ancora stati presentati dai contribuenti).

I dati analizzati sono il risultato del valore medio di quelli dichiarati da ciascun contribuente all'Agenzia delle Entrate mediante la compilazione del Quadro F del modello dello Studio di settore, suddividendo le tabaccherie tra quelle con personale dipendente e quelle senza dipendenti, ma che si avvalgono di collaboratori appartenenti alla sfera familiare.

Tale distinzione è stata funzionale alla individuazione di due tipologie di tabaccherie: quelle a conduzione familiare e quelle caratterizzate da un'organizzazione maggiormente complessa e strutturata.

Nel Quadro F, trovano collocazione i dati contabili (costi e ricavi) relativi all'attività di impresa esercitata in un intero periodo d'imposta, tra i quali ne sono stati individuati alcuni di particolare importanza riportati nelle tabelle che seguono:

- a) ricavi derivanti dalla vendita di merce varia;
- b) aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o margine fisso;
- c) spese per acquisto di servizi;
- d) costo per il godimento di beni di terzi relativo agli immobili;
- e) spese per lavoro dipendente.

Prospetto dati contabili 2008 - 2015 tabaccherie con dipendenti		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variaz. % 2014 su 2008	Variaz. % 2015 su 2008	Variaz. % in euro 2014	Variaz. % in euro 2015
		7.693	8.312	8.662	9.076	9.429	9.020	9.131	9.507	-42,67%	-42,73%	-24.885	-24.921
Numerosità													
A Ricavi derivanti dalla vendita di merce varia		var % su anno prec.	-10,99%	-27,53%	-1,73%	-2,08%	-4,30%	-3,49%	-0,11%	-42,67%	-42,73%	-24.885	-24.921
MEDIA			58.320,24	51.909,37	37.620,61	36.969,47	34.644,27	33.435,02	33.399,66				
B Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o margine fisso		var % su anno prec.	-0,73%	-10,12%	0,54%	-3,95%	-6,15%	-1,73%	1,70%	-20,54%	-19,19%	-46.216	-43.173
MEDIA			224.995,01	223.344,39	200.736,43	201.825,72	193.848,41	181.923,36	178.779,20				
C Spese per acquisti di servizi		var % su anno prec.	0,76%	4,15%	6,57%	2,66%	-1,63%	-1,28%	0,13%	11,49%	11,64%	876	887
MEDIA			7.623,67	7.681,78	8.000,93	8.526,66	8.753,36	8.610,39	8.499,81				
D Costo per il godimento di beni di terzi relativi agli immobili		var % su anno prec.	1,85%	3,11%	3,83%	2,62%	2,05%	1,85%	0,03%	16,31%	16,35%	1.764	1.769
MEDIA			10.820,72	11.020,68	11.363,17	11.798,35	12.108,03	12.356,61	12.589,44				
E Spese per il lavoro dipendente		var % su anno prec.	4,52%	3,71%	1,98%	-0,41%	-3,35%	-0,81%	-0,07	12,86%	12,78%	3.367	3.345
MEDIA			26.174,72	27.358,07	28.372,79	28.934,26	28.816,00	29.782,43	29.541,68				

Prospetto dati contabili 2008 - 2015 tabaccherie senza dipendenti	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variaz. % 2014 su 2008	Variaz. % 2015 su 2008	Variaz. % in euro 2014 su 2008	Variaz. % in euro 2015 su 2008
	Numerosità	18.941	19.579	19.576	19.425	19.436	19.268	19.833	18.710			
A Ricavi derivanti dalla vendita di merce varia	var % su anno prec.	-9,03%	-30,61%	-2,93%	-1,38%	-8,08%	-0,25%	-3,01%	-44,59%	-46,26%	-12.847	-13.328
	MEDIA	28.807,79	26.206,67	18.183,82	17.651,44	16.001,38	15.961,19	15.480,03				
B Agg. derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o margine fisso	var % su anno prec.	-2,59%	-8,79%	1,26%	-4,65%	-4,68%	-1,96%	0,90%	-19,83%	-19,10%	-20.368	-19.623
	MEDIA	102.731,96	100.074,30	91.282,26	92.435,47	84.011,25	82.364,00	83.108,51				
C Spese per acquisti di servizi	var % su anno prec.	1,30%	4,31%	5,86%	1,44%	0,18%	-0,71%	1,10%	12,86%	14,10%	563	617
	MEDIA	4.377,50	4.434,45	4.625,60	4.896,67	4.975,73	4.940,58	4.994,82				
D Costo per il godimento di beni di terzi relativi agli immobili	var % su anno prec.	2,22%	2,77%	2,19%	2,38%	1,52%	0,25%	0,46%	11,86%	12,38%	865	903
	MEDIA	7.296,09	7.458,12	7.665,05	7.832,63	8.019,03	8.161,43	8.199,04				

a) Ricavi derivanti dalla vendita di merce varia

All'interno di tale voce trovano evidenza i corrispettivi delle cessioni di beni al cui scambio è diretta l'attività di impresa (es. caramelle, cartoleria, prodotti per fumatori, profumeria, ecc...).

Tabaccherie con dipendenti

Dal 2008 al 2015 si è assistito ad una drastica riduzione dei ricavi derivanti dalla vendita di merce varia che sono passati da 58.320,24 a 33.399,66 euro. Gli anni peggiori sono stati il 2009, con una diminuzione dei ricavi rispetto all'anno precedente, pari al 10,99%, e il 2010, con una diminuzione dei ricavi, rispetto all'anno precedente, pari al 27,53%. Tale *trend* negativo è continuato fino al 2014 per annullarsi nel 2015, con un abbattimento dei ricavi medi del 42,73% rispetto ai ricavi del 2008.

Tabaccherie senza dipendenti

Anche in questa categoria, dal 2008 al 2015 si è assistito ad un'analogia riduzione dei ricavi derivanti dalla vendita di merce varia che sono passati da euro 28.807,79 a 15.480,03 euro. Gli anni peggiori sono stati il 2009, con una diminuzione dei ricavi rispetto all'anno precedente pari al 9,03% e il 2010, in cui il decremento dei ricavi rispetto all'anno precedente è stato pari al 30,61%. Tale *trend* negativo è continuato fino al 2015, con un abbattimento dei ricavi medi del 46,26% rispetto ai ricavi del 2008.

Complessivamente, sia per le rivendite con dipendenti che per quelle senza dipendenti, si riscontra una massiva contrazione dei ricavi derivanti dalla vendita di merce varia, che non dà segnale di ripresa.

b) Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o margine fisso

In tale voce sono compresi la vendita di tabacchi, di valori bollati e postali, biglietti delle lotterie, Gratta e Vinci, schede e tessere telefoniche, abbonamenti e tessere per i mezzi pubblici, viacard, tessere per parcheggi, riscossione del canone Rai e multe, la gestione di ricevitoria Lotto, ecc...

Tabaccherie con dipendenti

Dal 2008 al 2015 si verifica un crollo degli aggi, diminuiti da 224.995,01 a 181.821,76 euro. La flessione maggiore si è registrata nel 2010 con un -10,12%. Negli altri anni gli aggi sono diminuiti, anche se con percentuali inferiori. Risulta rilevante il dato di raffronto dell'anno 2015 rispetto al 2008 pari ad una variazione negativa del 19,19%, in leggera ripresa rispetto all'andamento negativo rilevato nel 2014.

Tabaccherie senza dipendenti

Anche in questo caso il dato conferma i risultati ottenuti per le tabaccherie con dipendenti. Infatti, dal raffronto dell'anno 2015 rispetto al 2008 la variazione negativa risulta pari al 19,10%, essenzialmente parificabile alla contrazione registrata nel 2014. Dal 2008 al 2015 gli aggi sono passati da 102.731,96 a 83.108,51 euro.

c) Spese per acquisto di servizi

In tale voce trovano collocazione i costi amministrativi in generale, i premi assicurativi relativi all'attività (es. furto ed incendio) e le spese per le utenze.

Tabaccherie con dipendenti e senza dipendenti

Per entrambe le categorie di tabaccherie il dato risulta pressoché omogeneo. Dal 2008 al

2015 l'aumento dei prezzi dei servizi è stato tale da comportare un incremento della spesa di circa il 12%, passando da 7.623,67 a 8.510,97 euro, per le tabaccherie con dipendenti e di circa il 14%, passando da 4.377,50 a 4.994,82 euro, per le tabaccherie senza dipendenti. L'incremento deriva dall'aumento dei prezzi delle utenze avvenuto negli anni oggetto di analisi, nonché dalla necessità di sottoscrivere polizze assicurative per la prevenzione dei sinistri che, come noto, interessano particolarmente il settore.

d) Costo per il godimento di beni di terzi relativo agli immobili

In tale categoria rientrano i canoni di locazione per l'utilizzo del locale sede dell'attività di tabaccheria.

Tabaccherie con dipendenti e senza dipendenti

I dati esprimono una costante tendenza all'aumento, non coerente con l'andamento degli indici di rivalutazione monetaria Istat applicabili al medesimo periodo. L'incremento dei costi delle locazioni è in controtendenza rispetto al mercato, ove si continua ad assistere alla chiusura di moltissime attività commerciali che non riescono neanche a sostenere i minimi costi di gestione. Il costo delle locazioni nelle tabaccherie con dipendenti è passato da 10.820,72 euro del 2008 ad 12.589,44 euro del 2015, con un incremento rispetto al dato iniziale del 16,35%. Il costo delle locazioni nelle tabaccherie senza dipendenti è passato da 7.296,09 euro del 2008 a 8.199,04 euro del 2015, con un incremento rispetto al dato iniziale del 12,38%.

e) Spese per lavoro dipendente

In tale voce trovano evidenza tutti i costi relativi al personale dipendente, compresi gli oneri previdenziali.

Tabaccherie con dipendenti

Il *trend* si conferma in costante aumento, fatta eccezione per gli anni 2012, 2014 e 2015 dove il costo non varia. In termini assoluti si registra un aumento del costo per le retribuzioni del 12,78% dal 2008 al 2015, pari a 3.345 euro.

Un dato interessante accomuna le rivendite con e senza dipendenti: entrambe ricorrono a prestazioni di lavoro di soggetti non inquadrati stabilmente nell'impresa, che sopperiscono ad esigenze connesse ai maggiori carichi di lavoro durante alcuni periodi dell'anno, ovvero per lo svolgimento di particolari tipologie di servizi o attività gestionali. Gli Studi di Settore indicano per il 2015 costi pari a 16.044,96 euro per le tabaccherie con dipendenti e a 10.695,22 euro per le tabaccherie senza dipendenti. Importi assolutamente rilevanti se confrontati con la media dei costi sostenuti dalle tabaccherie.

In conclusione

I risultati finora commentati relativamente ai ricavi ed ai costi dovrebbero trovare un riscontro nell'andamento reddituale dei rivenditori di generi di monopolio che hanno compilato il Quadro F dello Studio di settore. Tuttavia, la tabella che segue mostra un andamento decrescente del reddito nel periodo di osservazione, ma non proporzionale alle variazioni dei ricavi e dei costi sopra descritti.

Redditi tabaccherie	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Variaz. % 2014 su 2008	Variaz. % 2015 2008	Variaz. % in euro 2014 su 2008	Variaz. in euro 2015 2008
var. % su anno prec.		-3,39%	-2,05%	4,27%	-4,60%	-4,98%	-0,33%	1,57%	-10,85%	-9,44%	-6,195	-5.393
Reddito tabaccherie con dipendenti	€ 57.120,42	€ 55.183,28	€ 54.053,52	€ 56.361,69	€ 53.767,44	€ 51.091,86	€ 50.925,34	€ 51.727,37				
var. % su anno prec.		-3,09%	-2,34%	4,49%	-4,83%	-3,76%	-0,62%	2,48%	-9,99%	-7,76%	-3,974	-3.087
Reddito tabaccherie senza dipendenti	€ 39.765,49	€ 38.535,06	€ 37.633,18	€ 39.322,05	€ 37.421,37	€ 36.013,83	€ 35.791,23	€ 36.678,59				

L'utilizzo di dati medi ed aggregati non consente di individuare elementi ai quali imputare una diminuzione progressiva del dato reddituale non proporzionale e corrispondente alla riduzione dei ricavi e degli aggi, nonché all'aumento dei costi.

I dati degli Studi di settore riportati, comunque, rilevano come nel periodo compreso tra il 2008 ed il 2015 si è registrata per le tabaccherie con dipendenti una contrazione di reddito, ante imposte, di quasi il 9,5%, mentre per le tabaccherie senza dipendenti una diminuzione del 7,7%. Una rilevazione che è coerente con l'andamento decrescente dell'aggio medio rivalutato (nel 2016 è pari al -5,6%) e con quello dei ricavi, che supera mediamente il 40%.

Da ultimo, è importante evidenziare che tale redditività non tiene conto degli oneri fiscali e previdenziali cui sono assoggettati i redditi d'impresa, che complessivamente incidono in misura non inferiore al 50%.

L'effetto per l'esercente è quello di vedere pressoché azzerata la propria disponibilità finanziaria a fronte di un impegno ed un rischio che non ha eguali nella piccola imprenditoria.

